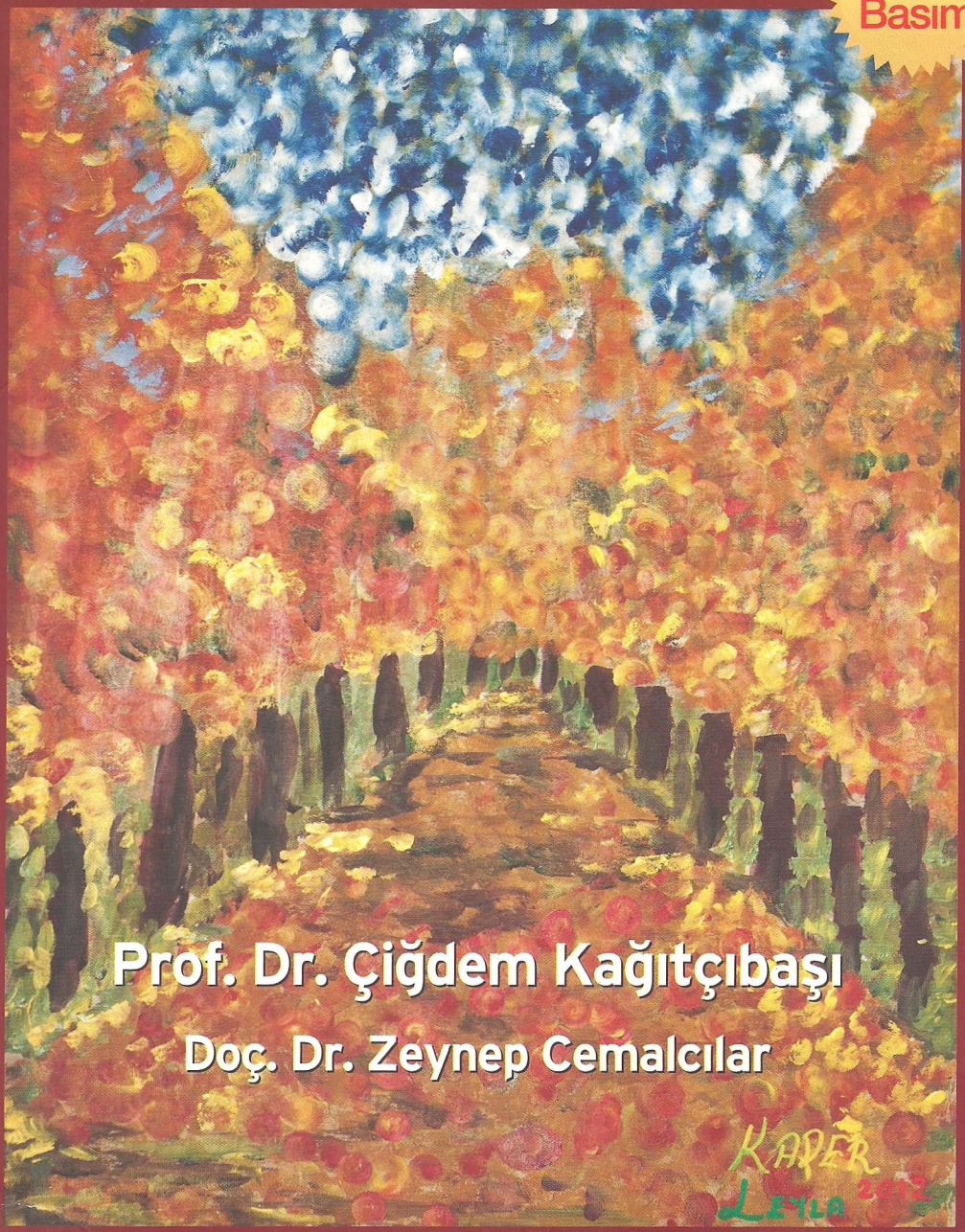
Dünden Bugüne

İNSAN ve İNSANLAR

Sosyal Psikolojiye Giriş

16. Basım



Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı

Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar

EVRİM

Dünden Bugüne

İNSAN ve İNSANLAR

Sosyal Psikolojiye Giriş

Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı

Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar

16. Basım

2014

EVRIM: 52
Psikoloji – Psikiyatri: 1

© Copyright 2014

Dünden Bugüne İNSAN VE İNSANLAR
Sosyal Psikolojiye Giriş

Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı
Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar

12. Basım Şubat 2010
13. Basım Eylül 2012
14. Basım Mart 2013
15. Basım Ekim 2013
16. Basım Mart 2014

13. Basım ISBN: 978-975-503-217-7
14. Basım ISBN: 978-975-503-223-8
15. Basım ISBN: 978-975-503-223-8
16. Basım ISBN: 978-975-503-226-9

Bu kitabın Türkçe yayın hakları FİKİR VE SANAT ESERLERİ YASASI gereğince EVRİM YAYINEVİ ve BİLGİSAYAR SAN. TİC. LTD. ŞTİ.'ne aittir. Tanıtım amacıyla yapılacak kısa alıntılar dışında, yayıncının yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Yayına Hazırlayan: Veli KARAÖZ
Kapak Resmi: Korunmaya Muhtaç Çocuklar Vakfı Bolluca Köyü'nden KADER ve LEYLA
Kapak: Martı Ajans
Baskı – Cilt: Sistem Matbaacılık
Yılanlıayazma Yolu No: 8 Zeytinburnu/İst.
Tel: 0212 482 11 01
EVRİM YAYINEVİ ve BİLGİSAYAR SAN. TİC. LTD. ŞTİ
Kadıköy İş Merkezi Neşet Ömer Sok. No: 1/ 73–78
Tel : (0216) 347 49 63 Fax: (0216) 347 76 12
34710 Kadıköy / İSTANBUL
http://www.evrimkitap.com
e-mail:evrim@evrimkitap.com
e-mail:vkaraoz@hotmail.com

ÖNSÖZ

Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar, uzun bir geçmişi olan bir kitabın en son güncelleştirilmiş revizyonudur. Bu revizyonu eski öğrencim ve meslektaşım Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar ve Koç Üniversitesi sosyal psikoloji yüksek lisans öğrencilerimle gerçekleştirebilmiş olmaktan mutluluk duyuyorum. Kitabın bundan önceki baskılarına eski öğrencilerim Prof. Hale Borak Boratav ve Prof. Ayşe Üskül; Şirin Eraltan, Pınar Eraslan, Demet Çek yardımcı olmuşlardı. İlk yayınlandığından beri *İnsan ve İnsanlar*, Türkiye'de sosyal psikolojinin bir bilim olarak tanınmasına ve yerleşmesine hizmet etmiştir. Çok sayıda üniversite öğrencisi, sosyal psikolojiyle bu kitap sayesinde tanışmıştır. Bu, elbette bana hep gurur vermiştir. Ancak, özellikle son yıllarda sosyal psikolojideki hızlı gelişmeleri yeterince yansıtmak gerekiyordu. İşte bu etraflı revizyona bu nedenle giriştik.

Temel başvuru ve ders kitapları ele aldıkları alanlardaki gelişmeleri yansıtmak durumundadır. Ancak bu zahmetli bir iştir ve genelde bir ekip çalışması gerektirir. Bu en son çok etraflı revizyonu da sonraki sayfadaki fotoğrafta isimlerini verdiğim öğrencilerim ve meslektaşım Zeynep Cemalcılar'ın önemli katkılarıyla gerçekleştirebildim. Onların ciddi ve dikkatli çalışması, elinizdeki kitabın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu güncelleştirme ve revizyonu yaparken, temel bir ilkeyi gözettik. O da yenilikleri yansıtırken, geçerli özü de koruyarak birikimli bir gelişmeyi ortaya koyma gereğidir. İnsan bilimlerinde gelişme süreci birikimli olmalıdır. Yeni bulgu ve kuramların, var olanlardan yararlanarak, onların üstüne inşa edilmesi beklenir. Bu nedenle sadece moda olan güncel konulara eğilip daha önce yapılanları göz ardı etmek, birikime yeterli katkı sağlamaz. Zaman içinde geçerliği saptanan bilgiler bilimin temelini oluşturur.

Bu nedenle *İnsan ve İnsanlar*'daki pek çok geçerliği olan bilgi *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar*'da da muhafaza edilmiştir. Bu çerçevede sosyal psikolojide artık klasik sayılan ve bugün için de geçerliği olan araştırmalar, sırf epeyi bir süre önce yapılmış oldukları için yadsınmamış, korunmuştur. Böylece güncel kavram ve araştırmalarla klasik olanların zaman içinde bütünleştirilmesine çalışılmıştır.

Bu kitaptaki önemli bir yaklaşım, her konunun kültürel bir çerçeve içinde de irdelenmesidir. Bunun nedeni, 1980'lerden beri giderek kültürel ve kültürler–arası psikolojiye daha fazla eğilmemdir. Sosyal psikoloji temelde Amerika Birleşik Devletleri'nde gelişmiş ve oradan da bütün dünyaya ihraç edilmiştir. Avrupa'da da geliştirilen sosyal psikolojik kuramlar olmakla beraber, baskın sosyal psikoloji Amerikandır. Ancak özellikle son yıllarda, evrensel olduğu varsayılan bazı sosyal psikolojik olguların aslında kültürden etkilenebileceği ve dolayısıyla da bir dereceye kadar Batı ve özellikle Amerikan kültürünü yansıtabileceği tezi güç kazanmaktadır. Bu konuların etraflı bir incelemesini *[Benlik, Aile ve İnsan Gelişimi: Kültürel Psikoloji]* (Koç Üniversitesi Yayınları, 2010) kitabımda yaptım.

Böyle bir bakış açısından, Türkiye'de kullanılan bir sosyal psikoloji kitabının bir çeviri olması, ya da salt Amerikan sosyal psikoloji kitaplarındaki bilgileri içermesi uygun değildir. Okuyucunun, farklı kültürel ortamlarda elde edilen farklı bulgular konusunda en azından genel olarak bilgilendirilmesi gerekir. Böyle bir bilgilendirme, okuyucunun konuları bir kültür süzgecinden geçirmesine ve örneğin Türkiye'de ayni bulguların bulunup bulunmayacağını düşünmesine yardımcı olur.

Bu, sosyal psikolojik kuram ve bulguların genelleştirilemeyeceği anlamına gelmez. Aslında, sosyal psikolojik öğretinin önemli düzeyde genel geçerliği vardır. Ancak burada yapılmaya çalışılan, kültür bağlamında da bir incelemeye yönelerek, kuram ve bulguların gerçekten evrensel olup olmadığını irdelemek ve evrenselliği görgül olarak pekiştirmektir.

Sonuç olarak *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar* hem yepyeni bir kitaptır, hem de *İnsan ve İnsanlar*'ın kendisidir. Bu nedenle adını değiştirmeyip sadece 'Dünden Bugüne' yi ekledik. Bu kitabın, toplumdaki insan olgusuna ışık tutmaya devam etmesi dileğiyle.

Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı
Koç Üniversitesi, İstanbul
2014

Çalışma Ekibimiz (soldan sağa):

Ön sıradakiler: Esra Yaman, Cemre Sandal, Özlem Yürekli, Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı, Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar, Ceyda Özkuvancı

Arka sıradakiler: Roza Kamiloğlu, Nur Bulut, Naz Cuguoğlu, Aylin Uzun

Format desteği Mustafa Yılmaz

PROF. DR. ÇİĞDEM KAĞITÇIBAŞI'NIN DİĞER KİTAPLARI

Türkçe:

Sosyal Değişmenin Psikolojik Boyutları: İzmir Lise Öğrencileri Üzerinde Bir İnceleme, Sosyal Bilimler Derneği Yayınları, Ankara, A – 5, 1972. (Baskısı tükendi)

Gençlerin Tutumları: Kültürler Arası Bir Karşılaştırma, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Yayını, Ankara, 1973.

Dış Ülke Yaşantısının Etkileri: Bir Uluslararası Eğitim Mübadelesi Programı Sonuçlarının Sosyal Psikolojik Açıdan Değerlendirilmesi, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını, 1975.

Çocuğun Değeri: Türkiye'de Değerler ve Doğurganlık, İstanbul Boğaziçi Üniversitesi Yayını, 1981 (Sedat Simavi Vakfı Sosyal Bilimler Ödülü)

İnsan-Aile-Kültür, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1990.

Başarı Ailede Başlar (S. Bekman ve D. Sunar ile), YAPA Yayını, İstanbul, 1993

Kültürel Psikoloji: Kültür Bağlamında Aile ve İnsan Gelişimi, Yapı Kredi Yayınları ve Evrim Yayınevi, İstanbul, 1998.

Benlik, Aile ve İnsan Gelişimi: Kültürel Psikoloji, Koç Üniversitesi/Yapı Kredi Yayınları, 2013 (3. Baskı).

İngilizce:

(Ed.) Sex Roles, Family and Community in Turkey. Bloomington. Indiana. U.S.A.: Indiana University Press, 1982.

The Changing Value of children in Turkey. Honolulu, Hawaii. U.S.A.: East – West Population Institute. No. 60 – E, 1982.

(Ed.) Growth and Development in Cross – Cultural Psychology. Lisse, Holland: Swets ve Zeitlinger, 1987.

Individualism and Collectivism (Ed.,U.Kim, S.C.Choi,H.C.Triandis ve G.Yoon ile).London; Sage, 1994.

Family and Human Development Across Cultures: A View From the Other Side. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1996.

Handbook Of Cross-Cultural Psychology (Vol.3) (Ed.,J.Berry ve M.Segall ile). Boston: Allyn ve Bacon, 1997.

Understanding Social Psychology Across Cultures: Living and Working in a Changing World, (P. Smith ve M. Bond ile). London: Sage, 2006.

Families acrosss Cultures, (J. Georgas, J. W. Berry, F. Van de Vijver, ve Y. Poortinga ile). Cambridge University Press, 2006.

Family, Self and Human Development across Cultures: Theory and Applications. Manwah, NJ: L. Erlbaum, 2007.

DOÇ. DR. ZEYNEP CEMALCILAR'IN DİĞER KİTAPLARI

Türkçe:

Psikoloji, Açık Öğretim Lisans Kitabı (Derleyen: Zeynep Cemalcılar), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012.

Psikolojiye Giriş, Açık Öğretim Lisans Kitabı (Derleyen: Zeynep Cemalcılar), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012.

Not: Bu kitaplardan başka Türkiye'de ve dışarıda çok sayıda bilimsel makaleleri ve kitap bölümleri yayınlanmış olan Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı ve Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar, Koç Üniversitesi öğretim üyeleridir.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ **3**

PROF. DR. ÇİĞDEM KAĞITÇIBAŞI'NIN DİĞER KİTAPLARI **7**
Türkçe: 7
İngilizce: 7

DOÇ. DR. ZEYNEP CEMALCILAR'IN DİĞER KİTAPLARI **8**
Türkçe: 8

ŞEKİLLER **17**

TABLOLAR **19**

BÖLÜM 1 ..... **21**

SOSYAL PSİKOLOJİ NEDİR? **21**
Sosyal Psikoloji'nin Diğer Sosyal Bilimler Arasındaki Yeri 23
Sosyal Psikoloji'ye Yöneltilen Eleştiriler 25
Sosyal Psikoloji'nin Tarihsel Gelişimi 26
Sosyal Psikoloji'nin Bilimsel Bir Çalışma Alanı Olarak Ortaya Çıkışı (1900- 1930) 27
1930'lardan 1950'lere Alanın Bilimsel Gelişimi 28
1950'lerden 1970'lere Sosyal Psikoloji 30
1970'lerden 1990'lara Sosyal Psikoloji 31
1990'lardan Günümüze Sosyal Psikoloji 33
Okuma Parçası - 1: Grup Zihni Kavramı 35

BÖLÜM 2 ..... **39**

SOSYAL PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARINDA YÖNTEM ve ÖRNEKLER **39**
Bilimsel Yöntemin Mantığı 41
Bilimsel Yöntemin Özellikleri 42
Bilimsel Araştırmanın Amaçları 43
a) Olayların Betimlenmesi 43
b) Olaylar Arasındaki İlişkileri Bulup Çıkarma 43

c) Olayları Anlama ve Açıklama 43
d) Olayların Önceden Tahmini 44
e) Olaylara ve Sosyal Politikalara Etki Etme 44
Sosyal Psikolojinin Temel Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri 44
1. Laboratuvar Deneyi 46
2. Alan Deneyi 50
3. Doğal Deney 52
4. Alan Araştırması 54
5. Survey (Tarama) 56
6. Arşiv Araştırması 57
Araştırma Yöntemlerinde Geçerlilik 59
Kültürlerarası araştırma 59
Araştırma Süreci 60
Sosyal Bilim Araştırmalarında Etik 62
Okuma Parçası - 2: Bir Survey Araştırması Örneği 64

BÖLÜM 3 67

SOSYAL ETKİ ve UYMA 67
Dört Klasik Sosyal Etki Araştırması 69
Araştırma 1: Sherif'in "Grup Normunun Oluşması" deneyi 69
Araştırma 2: Asch'in " Uyma" deneyi: 71
Araştırma 3: Milgram'ın "İtaat" deneyi: 73
Araştırma 4: Zimbardo'nun "Stanford Hapishane" De-neyi: 77
Uyma Davranışını Etkileyen Etkenler 78
Uyma Davranışını Etkileyen Ortamsal Etkenler 78
a) Grubun büyüklüğünün etkisi nedir? 79
b) Grubun söz birliğinin etkisi nedir? 79
c) Mevkiin ve saygınlığın (prestijin) etkisi nedir? 81
d) Yüz yüze olmanın etkisi nedir? 81
e) Benliğin kaybedilmesinin etkisi nedir? 83
f) Gruba bağlılığın etkisi nedir? 84
g) Gelecekteki etkileşime bağlılığın etkisi nedir? 84
h) Azınlığın etkisi nedir? 84
Uyma Davranışını Etkileyen Kişisel Etkenler 86
a) Benliğin etkisi nedir? 86
b) Birey olma gereksiniminin etkisi nedir? 86
c) Kişisel kontrol arzusunun etkisi nedir? 86
d) Yetkinliğin etkisi nedir? 87
e) Cinsiyetin etkisi nedir? 87
Uyma Davranışını Etkileyen Kültürel Etkenler 90
Normlar ve Uyma Davranışının Kavramlaştırılması 91
İnsanlar Niçin Uyma Davranışı Gösterir? 91

a) Betimsel (descriptive) ve kuralsal (injunctive) sosyal normlar: Normların davranışları etkilemesi 92
b) Durumsal (situational) normlar: Kuralsal davranışlarda otomatikleşme 92
İnsanlar Nasıl Uyma Davranışı Gösterir? (İtaat, Özdeşleş-me, Benimseme): 93
a) İtaat (Compliance) 93
b) Özdeşleşme (Identification) 94
c) Benimseme (Internalization) 95
Sosyal Uyma Davranışında Yeni Çalışmalar 99
Okuma Parçası - 3: Deneylerin Etikliği Üzerine 100

BÖLÜM 4 101

SOSYAL BİLİŞ 101
Sosyal Algı ve Bilişsel Süreçler 101
İzlenim Oluşturma 102
İlk İzlenimlerimizi Nelere Dayanarak Oluşturuyoruz? 103
İnsanların Kişilikleri Hakkında İzlenim Oluşturma 105
Toplama ve ortalama modeli 105
Temel kişilik özellikleri 106
İzlenim Oluştururken Düştüğümüz Yanılgılar 107
a) Gizil kişilik kuramları 107
b) Olumluluk yanılgısı 107
c) Olumsuzluk yanılgısı 108
d) Öncelik ve sonralık etkisi 108
e) Ayla (hare) etkisi 109
Atıf Kuramı 110
Heider'in Naif Psikolojisi 110
Nedensel açıklamalar: İçsel ve dışsal atıflar 111
Uyuşan Çıkarsamalar Kuramı 112
Kelley'nin Birlikte Değişim Kuramı 113
Atıflarda Düştüğümüz Yanılgılar 116
a) "Temel" atfetme yanılgısı 116
b) Aktör–gözlemci yanılgısı 118
c) Kişinin kendisiyle ilgili yanılgılar 120
Ben-merkezli düşünce: 120
Kendini kayırma eğilimi: 121
d) Diğer yanılgılar 123
Zihinsel Kestirme Yöntemleri 123
a) Temsile dayanan zihinsel kestirme yöntemleri 125
b) Tutumlara dayanan zihinsel kestirme yöntemleri 126
c) Ulaşılabilirliğe dayanan zihinsel kestirme yöntemleri 126
d) "Dayanak ve Adaptasyon" zihinsel kestirme yöntemleri 127
Zihinsel Kestirme Yöntemlerini Daha Çok Ne Zaman Kullanırız? 128

BÖLÜM 5 129

TUTUMLAR VE TUTUM DEĞİŞİMİNE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR 129
Tutum Nedir? 129
Tutumun Öğeleri 131
Tutum ve Davranış 134
a) Tutumların ve davranışların ölçülmesindeki uyumsuzluk 136
b) Zaman faktörü 136
c) Tutumun güç derecesi 137
d) Tutumun ulaşılabilirliği 138
e) Farkındalık 139
Planlanmış Davranış Kuramı 140
Planlanmış Davranış Kuramı'na Yöneltilen Eleştiriler 142
Tutumların Gelişmesi ve Kalıplaşması 143
Tutumların Oluşumu 143
a) Tutum objesiyle doğrudan deneyim 144
b) Ana-babalar, arkadaşlar ve sosyal çevre 145
c) Medyanın etkileri 145
Kalıplaşmış Tutumlar (Kalıp yargılar) 146
Ayrımcılık 148
Kalıplaşmış Tutumların Kalıcılığı 152
Tutumların Ölçülmesi 155
Doğrudan Ölçüm Teknikleri 155
a) Likert ölçekleri (Toplamalı sıralama tekniği): 155
b) Duygusal anlam ölçeği: 157
Dolaylı Ölçüm Teknikleri 158
Tutum Değişimine Kuramsal Yaklaşımlar 159
İşlevsel Kuramlar 160
1. Tutum objesi ile ilgili bilgi sağlayıcı işlev: 160
2. Kişinin başkalarıyla olan iyi ilişkilerini destekleme işlevi: 161
3. Dışa atma ya da ego savunma işlevi: 161
4. Değer ifade etme işlevi: 161
Öğrenme Kuramları 162
Sosyal Yargı Kuramı 162
Tutarlılık Kuramları 163
a) Heider'in Denge Kuramı: 164
b) Rosenberg ve Abelson'un Bilişsel Dengeleme Kuramı: 165
Festinger'in Bilişsel Çelişki Kuramı 168
a) Karar verme sonucu meydana gelen bilişsel çelişki 169
b) Davranışa gerekçe bulma ihtiyacı 170
c) İtaat, benimseme ve bilişsel çelişki 172
Bilişsel Çelişki Evrensel midir? 173
Bilişsel Çelişki Kuramı'na Eleştiriler 174
Okuma Parçası - 4: Tutum Kavramının Gelişmesi 175

I) Örneklem Surveyleri ve Kamuoyu Araştırmaları 176
2) Küçük Grup Araştırmaları 176
3) Psikanalitik Kavramlaştırmalar 176
4) Deneysel İletişim Araştırmaları 176

BÖLÜM 6 179

İLETİŞİM VE PROPAGANDA: TUTUM DEĞİŞTİRME SÜRECİ 179
Mesajı Öğrenme Tezi 180
Bilişsel Tepki Tezi 181
İkna Etmenin İki Yolu: Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli 182
İletişimin Amacı ve Ona Direnme 184
1. Propagandanın görüşünü bir karşı görüşle çürütmek: 185
2. Propagandanın görüşünü reddetmek (kabul etmemek): 185
3. Propagandacıyı reddetmek (kaynağı kötülemek): 185
4. Propagandada verilen bilgiyi esas amacından saptırarak bozmak, yozlaştırmak: 186
5.Mantığa bürünme ve diğer savunma mekanizmalarına başvurmak: 186
Etkileyici İletişimin Öğeleri 186
I – Kaynağın Özellikleri 187
a) İnanılırlık 187
b) Hoşa gitme, beğenme 190
c) Çoklu iletişim kaynağı etkisi 192
II – İletişimin Özellikleri 193
a) Görüş farkı 193
b) Tek yönlü – çift yönlü iletişim 196
c) Duygusal – ussal iletişim 200
d) İletişimin sunum sırası 203
e) Tekrar 205
III – Hedef Öğesinin Özellikleri 205
a) Taahhüt (Bağlanma) 206
b) Kendine güven 207
c) Grup içi saygınlık farkları 207
d) Zekâ ve eğitim 208
e) Cinsiyet farkı 208
f) Düşünme ihtiyacı 209
g) Dikkatin dağılması 210
h) Kendini izleme 211
ı) Yaş 211
IV – Ortamın Özellikleri 212
V– Kültürün Özellikleri 215
Eşik Altı Mesajlar 217
Okuma Parçası - 5: Eşik Altı Reklamların Doğuşu 218

BÖLÜM 7 219

SOSYALLEŞME VE SOSYAL GELİŞİM 219
Sosyalleşme ve Sosyal Gelişim 219
Ahlak Gelişimi 220
1. Ahlak gelişimine duygusal-güdüsel yaklaşım: Freud 221
2. Ahlak gelişimine bilişsel yaklaşımlar: Piaget ve Kohlberg 221
3. Cezalandırma türünün vicdan gelişmesine etkisi 226
Sosyalleşmenin Kültür Bütünleşmesi İçindeki Rolü 228
Saldırganlık 229
Saldırganlığın Nedenleri Nelerdir? 230
1. Görüş: Saldırganlık doğuştandır 230
2. Görüş: Saldırganlık öğrenilir 231
3. Görüş: Saldırganlık engellenme sonucu ortaya çıkar 233
Saldırganlık Nasıl Azaltılabilir? 236
1. Saldırgan davranışların cezalandırılması ve alternatif davranışları ödüllendirme 236
2. Saldırgan olmayan modeller sunma ve saldırgan modelleri cezalandırma ... 237
3.Empati becerisini geliştirme 238
Saldırganlık Evrensel Midir? 239
Olumlu Sosyal Davranış (Prosocial Behavior) 240
Acil Durumlarda İnsanlar Yardım Etmeye Nasıl Karar Veriyor? 241
Olumlu Sosyal Davranış, Yardım Davranışı ve Özgecilik (Altruism) 242
İnsanlar Neden Yardım Eder? 243
1. Evrimsel Bakış ve Sosyal Öğrenme Teorisi 243
2. Maliyet – Ödül Değerlendirmesi 244
3. Sosyal Kimlik, Gruplar ve Yardım Etme Davranışı 245
Okuma Parçası - 6: Toplumlarda Saldırganlık 245

BÖLÜM 8 247

BENLİK 247
Benlik Kavramı 248
Benlik ile İlgili Bilgilerin Kaynağı 249
Etkin Benlik 251
Benlik ile İlgili Motivasyonlar 253
a) Benliği değerlendirme motivasyonu 253
b) Benliği yüceltme motivasyonu 254
Benliği yüceltmede kültürlerarası bir fark var mıdır? 255
c) Benliği sunma 256
d) Benliği doğrulama motivasyonu 257
Benlik Saygısı 258
Benlik Saygısında Kültürlerarası Bir Fark Var mıdır? 260

Benlik Saygısı ve Öz Düzenleme 261
Benlik ve Gruplar Arası İlişkiler 262
Sosyal Kimlik 262
İç grup/Dış grup Etkisi 264
"Onların Hepsi Aynı" Etkisi 264
İç grubu Kayırma 266
İç Grup Aidiyeti ve Olumluluğunun Motivasyonları 267
Benlik Saygısı 267
Bilişsel Güdüler- Belirsizlik Azaltma 267
Güvenlik ve Aidiyet 267
Bireyselliğin Yitirilmesi (Kimliksizleşme) 268
Benlik Tanımında Cinsiyet Farklılıkları 269

BÖLÜM 9 271

GRUP YAPISI ve DİNAMİĞİ 271
Grup Nedir? 271
Grupların İşlevleri Nelerdir? 273
Grup Araştırmalarının Gelişmesi 274
Grubun Birey Üzerindeki Etkisi 275
a) Grubun birey üzerindeki normatif etkisi 275
b) Grubun bireyin tutum değişimine etkisi 278
c) Grubun bireyin verimliliğine etkisi 280
i. Sosyal hızlandırma 281
ii. Sosyal kaytarma 283
iii. Sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarmanın birlikte incelenmesi 286
Grup Yapısı ve Süreci 287
a) İletişim yapısı 288
b) Yetkeci – demokratik grup yapısı 290
c) Etkileşim süreci çözümlemesi ve liderlik oluşumu 292
d) Liderlikte rol farklılaşması 295
Liderliğin Kavramsallaştırılması 296
Liderlik Modelleri 296
a) Kişisel Liderlik Modeli 296
b) Ortamsal Liderlik Modeli 297
c) Etkileşim Liderlik Modeli 298
d) Fiedler'in Etkin Liderlik Modeli 298
e) Karizmatik Liderlik Modeli 301
f) Babacan Liderlik (Paternalizm) Modeli 303
Liderlikte Kültürün Etkisi 304
Liderlikte Cinsiyetin etkisi 305
Grup Performansı ve Gruplarda Karar Verme 305
Eleştirisiz Grup Tartışması 306

Riske Girme 307
Uçlara Kayma 309
Gruplarda Uzlaşma 309
Grup Düşünü 310
Sosyal Çıkmazlar: Grup Çıkarları ve Kişisel Çıkarlar 312
Sosyal Çıkmazların Çözümü Var Mıdır? 313
a) Bencil davranışların cezalandırılması: 314
b) Eğitim: 314
c) Grupla özdeşleşme: 314
d) Eşgüdümlü işbirliğine yönelimin desteklenmesi: 314
e) Grup tartışmalarına olanak sağlamak: 314
İş Ortamlarında Görülen Çatışmalar 315
Okuma Parçası - 7: Çalışma ortamlarındaki çatışmaların etkileri nasıl azaltılabilir? .. 316

BÖLÜM 10 319

SOSYAL PSİKOLOJİ ve KÜLTÜR 319
Bireycilik – Toplulukçuluk 322
Kültür ve Biliş 323
Temel Atfetme Yanılgısı Gerçekten Temel Bir Yanılgı Mıdır? 323
Benlikle İlgili Yanılgılar Evrensel Midir? 325
Kültür ve Benlik 326
Ayrık Benlik Yapısı: 326
İlişkili Benlik Yapısı: 327
Benlik Algısı ve Sosyal Algı: 330
Kültür ve İnsanlararası İlişkiler 331
Kültür ve Grup İşleyişi 331
Başarı Güdüsü: 332
Lider Seçimi: 332
İşbirliği ve Rekabet: 332
Kültürel Farklılıkları Ölçmek 334

KAYNAKLAR 337

SÖZLÜK 373

ŞEKİLLER

Sayfa

Şekil 1.1 Sosyal Psikolojinin Çok-Disiplinli Bir Şekilde Kavramlaştırılışı 24
Şekil 2.1 Bilimsel Yöntem'in Üç Süreci 42
Şekil 2.2 Araştırma Teknikleri ve AraştırmaYöntemleri 45
Şekil 2.3 Bağımlı-Bağımsız Değişken 46
Şekil 2.4 Laboratuvar Deneyi 47
Şekil 2.5 Alan Deneyi 51
Şekil 2.6 Doğal Deney 53
Şekil 2.7 Alan Araştırması 55
Şekil 2.8 Survey (Tarama) 56
Şekil 2.9 Arşiv Araştırması 58
Şekil 2.10 Araştırma Süreci 61
Şekil 2.11 Bir Survey Araştırması Bulguları 65
Şekil 3.1 Sosyal Davranışın Nedenleri 68
Şekil 3.2 Asch Araştırma'sındaki Görsel Uyaranlardan Bir Örnek 71
Şekil 3.3 Asch'in Uyma Deneyi Esnasında Çekilen Fotoğraf 72
Şekil 3.4 Milgram Deneyi'inde Kullanılan Şok Jenaratörü 74
Şekil 3.5 Milgram'ın Deney Düzeneği 75
Şekil 3.6 Uyma Davranışını Etkileyen Etkenler 78
Şekil 3.7 Davranışı Meydana Getiren Etkenlerin Etkileşimi 88
Şekil 3.8 Sosyal Etki ve Uyma Davranışı 96
Şekil 3.9 Sosyal Etki ve Uymama Davranışı 97
Şekil 3.10 Sosyal Etkiye Uyma-Uymama Davranışının Kavramlaştırılması 98
Şekil 4.1 Aktör-Gözlemci Yanılgısı 119
Şekil 5.1 Basit Tutum-Davranış İlişkisi 130
Şekil 5.2 Tutum Objesi-Tutum Öğeleri 133
Şekil 5.3 Tutum-Ortam-Davranış İlişkisi 135
Şekil 5.4 Tutumların Olumlu/Olumsuzluğu ve Gücü 137
Şekil 5.5 Tutumun Ulaşılabilirliği Modeli 138
Şekil 5.6 Ajzen'in Planlanmış Davranış Kuramı 140
Şekil 5.7 Ortam Engelinin Önyargılı Tutumun Gücü İle Etkileşimi 150
Şekil 5.8 Tutum-Ortam-Alışkanlık-Beklenti-Davranış İlişkisi 151
Şekil 5.9 Duygusal Anlam Ölçeği Örneği 158
Şekil 5.10 Heider'in Denge Kuramı 164
Şekil 5.11 Reddetme ile Dengenin Sağlanması 166
Şekil 5.12 Bilişsel Dengeleme Kuramı 166

Sayfa

Şekil 5.13 Ayrıştırma ile Dengenin Sağlanması 167
Şekil 5.14 Güçlendirme ile Dengesizliğin Öneminin Azaltılması 167
Şekil 6.1 Mesajı Öğrenme Tezi 180
Şekil 6.2 Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli 182
Şekil 6.3 İletişim ve Tutum Değişimi 185
Şekil 6.4 Temel İletişim ve Tutum Değişimi Modeli 187
Şekil 6.5 Kaynak ve Tutum Değişimi 191
Şekil 6.6 Tutum Değişimi-Görüş Farkı Grafiği 194
Şekil 6.7 Tutum Değişimi Miktarı-Görüş Farkı Grafiği 194
Şekil 6.8 Kontrastı Yaparak Ret Alanına İnmek 196
Şekil 6.9 Tutum Değişim Miktarı-Propaganda 198
Şekil 6.10 İletişimin Sunum Sırası ve Mesaj Etkisi 204
Şekil 7.1 Toplumun Yerleşme Düzeninden İnanç Sistemlerine 229
Şekil 7.2 Saldırganlıkta Sosyal Öğrenme Modeli 235
Şekil 7.3 Seyirci Etkisinde Beş Aşamalı Karar Verme Modeli 242
Şekil 8.1 Özdenetim 252
Şekil 8.2 Benliği Doğrulama Motivasyonu 258
Şekil 9.1 Sosyal Hızlandırma Kuramları 283
Şekil 9.2 Kişisel Etkinlik Beklentisi 287
Şekil 9.3 Yetkeci ve Demokratik Grup 290
Şekil 9.4 Etkileşim Süreci Çözümlemesi 294
Şekil 9.5 İletişim Örüntüsü 298
Şekil 9.6 Fiedler'in Etkin Liderlik Modeli 300
Şekil 10.1 Kültür-Biyoloji Dinamiği 321
Şekil 10.2 Kültür ve Atıflarda Farklılık 324
Şekil 10.3 Aile ve Benlikler 327

TABLOLAR

Sayfa

Tablo 1.1 Veri Toplama Teknikleri ve Araştırma Yöntemleri **34**
Tablo 3.1 Grubun Söz Birliği ve Uyma Davranışı **81**
Tablo 4.1 Sözel Olmayan İpuçları **103**
Tablo 4.2 Toplama ve Ortalama Modeli **105**
Tablo 4.3 Nedensel Açıklamalar **112**
Tablo 4.4 Kelley'nin Atıf Kuramı'nın Bir Örneğe Uygulanışı **114**
Tablo 5.1 Likert Ölçeği Örneği **156**
Tablo 6.1 Çift ve Tek Yönlü İletişimin Daha Etkin Olduğu Durumlar **200**
Tablo 7.1 Kohlberg'in Ahlak Gelişimi Evrelerinin Tanımlanması **222**
Tablo 8.1 "Ben Kimim?" Testi **249**
Tablo 9.1 Küçük Grup Çeşitleri ve Özellikleri **273**
Tablo 9.2 Grup İçi İletişim Örüntüleri ve Özellikleri **289**
Tablo 9.3 Liderlik Modellerinin Karşılaştırılması **297**
Tablo 10.1 "Ben Kimim?" Testi Örnek Cevaplar **329**

BÖLÜM 1

SOSYAL PSİKOLOJİ NEDİR?

Sosyal psikolojiden bahsetmeye başlamadan önce küçük bir test yapalım.

1. Bir tanıdığınızdan size bir iyilik yapmasını –örneğin size 100 lira borç vermesini– rica ediyorsunuz ve o da bunu kabul ediyor. Size bu iyiliği yapmasının sonucunda bu insan büyük olasılıkla sizi ..... sevecektir.

a) daha fazla

b) borç vermeden önce ne kadar seviyorsa o kadar

c) daha az

2. Bir deneye gözlemci olarak katılıyorsunuz. Deneye katılan iki kişiden rastgele birine zor sorular sorma görevi, diğerine ise bu soruları cevaplama görevi veriliyor; ancak cevaplayan konumundaki katılımcı soruların çoğuna yanıt veremiyor. Gözlemci olarak yorumunuz ..... olurdu.

a) soruları soran kişinin çok akıllı ve bilgili olduğu

b) soruları cevaplayan kişinin akılsız ve bilgisiz olduğu

c) bu durumun ikisinin de zekâsı ya da bilgisi ile alakalı olmadığı

3. Sizce laboratuvar ortamında tanımadığı birisine elektrik şoku verme emri alan bireylerin yüzde kaçı elektrik şokunu ölümcül noktaya gelene kadar arttırarak verecektir?

a) % 10

b) % 65

c) % 98

(Doğru cevaplar: 1: a – Bilişsel çelişki kuramı (bkz. Bölüm 5), 2: c- Davranışları açıklamada sosyal rollerin önemi (bkz. Bölüm 4) 3: b – Milgram'ın itaat deneyi (bkz. Bölüm 3).

Kısaca diyebiliriz ki sosyal psikoloji bu ve benzeri sorulara cevap arar.

"Sosyal psikoloji nedir?" diye sorduğumuz zaman, bu soruyu sosyal psikolojinin tanımı ile cevaplamamız gerekir. Oysa her sosyal psikolog, çalışma alanının tanımını kendine göre yapmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında bir süre önce ortaya konmuş olan tanımlamaların bugün de geçerliğini koruduğu görülmektedir. Bu tanımlardan birini doğru olarak seçmek yerine birkaçını ele alarak ortak yanlarını bulmaya çalışmak daha yararlı olabilir.

Bir görüşe göre sosyal psikoloji, sosyal ve kültürel ortamdaki birey davranışının, özelliklerinin ve nedenlerinin bilimsel incelenmesidir. Bir başka görüşe göre, sosyal psikoloji, kişinin başka kişilere ilişkin davranışının incelenmesidir. Allport (1968)'un şu tanımı ise bugün artık klasik olmuştur: "Sosyal Psikoloji, bireylerin düşünce, duygu ve davranışlarının, başkalarının gerçek, hayal edilen ya da zımni (altık, ima edilen) varlığından etkileniş tarzını bilimsel olarak anlama ve açıklama çabasıdır." Dolayısıyla sosyal psikoloji, toplum içindeki bireyin davranış bilimidir. Bütün bu tanımlarda, bireyin davranışının ön plana alındığını görüyoruz. Başka bir deyişle, bu tanımlarda, sosyal psikolojinin çalışma birimi bireydir.

Başka tanımları gözden geçirdiğimizde ise, vurgunun bireyin davranışından sosyal etkileşime ve sosyal çevreye doğru kaydığını görüyoruz. Bu durumu üç farklı bakış açısıyla anlamaya çalışalım. Bu türdeki bir tanıma göre sosyal psikoloji, insanların sosyal gruplara katılmaları sonucu ortaya çıkan davranış biçimlerini ele alır. Bir başka tanıma göre sosyal psikoloji, çoğunlukla sembolik nitelikteki etkileşimi inceler ve karşılıklı organizma-çevre etkileşimlerini kapsar. Nihayet, bir diğerine göre de, sosyal psikoloji sosyal çevre tarafından kontrol edilen, etkilenen ve sınırlandırılan insan davranışını açıklar.

Yukarıdaki iki grup tanımın –belirttiğimiz vurgu farkına rağmen– oldukça benzer olduğunu söyleyebiliriz. Hepsinde sosyal etki üzerinde durulmakta, bireyin (ya da bireylerin) davranışı bu etki çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu ortak görüş, sosyal psikolojinin bir bütün olduğunu bize göstermektedir.

Sosyal psikoloji toplum içindeki bireyin ya da bireylerin davranışı bilimidir. Aynı zamanda bireyin sosyal çevreden etkilenen duygu, düşünce, inanış ve tutumlarını da anlamaya çalışır.

Bununla beraber, yukarıdaki birinci grup tanımda bireyin, ikincisinde ise sosyal etkileşim ve çevrenin ön plana alınması, sosyal psikolojinin bünyesinde paralel olarak süregelen psikolojik ve sosyolojik sosyal psikoloji akımlarını yansıtmaktadır.

Sosyal psikoloji içindeki bu ikili akım, sosyal psikolojinin bir bilim dalı olarak başlangıcından beri görülmüştür. 1908 yılında ilk defa iki sosyal bilimci tarafından birbirlerinden bağımsız olarak iki sosyal psikoloji kitabı yazılmıştır. Bu yazarlardan biri bir psikolog (Mc Dougall, 1908), diğeri ise bir sosyologtu (Ross, 1908).

İleride sosyal psikolojinin tarihsel gelişimini incelerken bu çifte başlangıcı daha ayrıntılı olarak ele alacağız. Burada sadece bunun çok anlamlı bir olay olduğunu ve bugün için bile geçerli olan sosyal psikolojinin ikili özelliğini yansıttığını belirtmekle yetinelim. Sosyal psikolojinin bu ikili özelliği, *psikolojik sosyal psikoloji* ve *sosyolojik sosyal psikoloji* olarak iki şekilde ele alınabilmesinden kaynaklanmaktadır. Psikolojik sosyal psikoloji akımı, çalıştığı olayları *içten-dışa* (bireyden çevreye) doğru inceler. Şöyle ki, temel amaç, *bireyin* davranışını ve bunun nedenlerini sosyal çevre içinde, fakat *birey düzeyinde* anlamak ve açıklamaktır. Burada incelenecek olan bireydir;

onun toplum tarafından etkilenen tutumları, güdüleri, duyguları, öğrenme ve algılarıdır. Böylece bireyin iç olaylarının sosyal davranışı şekillendirişi ön plana çıkmaktadır. Bu şekliyle sosyal psikoloji, genel psikolojiye çok yaklaşmaktadır, çünkü her ikisinin de konu alanı bireyin davranışı, bilişi ve yaşantısıdır (tecrübesidir). Bu görüş, sosyal psikolojiyi, genel psikolojinin bir alt dalı olarak niteler. Ancak, sosyal psikolojide, genel psikolojiden farklı olarak *sosyal* davranışa önem verildiği bir gerçektir. Genel psikolojide ise fiziksel çevre ile bilişsel, duygusal ve güdüsel temel psikolojik süreçlerin ilişkisi birinci derecede önemlidir.

Sosyolojik sosyal psikoloji akımı ise, olayları *dıştan-içe* (çevreden bireye) doğru ele almaktadır. Burada araştırma birimi, bireyden daha geniş olan *sosyal çevre* ya da *gruptur*. Bu yaklaşım kişinin iç olaylarıyla değil, kişilerarası etkileşimle ilgilidir. Bu görüş de, sosyal psikolojiyi sosyolojinin bir alt dalı olarak niteler. Ancak burada da yine genel sosyoloji ile sosyal psikolojinin arasında bir vurgu farkı olduğunu unutmamak gerekir. Sosyoloji, çalıştığı olayları *toplum düzeyinde* inceler; sosyal psikolojide ise araştırma birimi daha dardır (*kişi-çevre etkileşimi*) ve bireyin davranışının da bu etkileşim içinde bir yeri vardır. Ancak burada birey bir sosyal ortam içinde belirli bir yeri dolduran ve belirgin bir rolü oynayan bir aktör olarak ele alınmaktadır; psikolojik-biyolojik özellikleri vurgulanmaz.

Ancak, ne birey, ne de toplum (grup) birbirinden soyutlanmış olarak gereğince incelenemez, çünkü birey toplumun içinde; toplum da –değerler, normlar, tutumlar vb. nitelikleriyle– bireyin içindedir. Toplum bireyi şekillendirdiği ve doğumundan ölümüne kadar etkilediği gibi, birey de içinde bulunduğu toplumu etkiler. Demek ki, en genel anlamıyla, sosyal psikolojinin konusu, birey-toplum (grup) etkileşimidir.

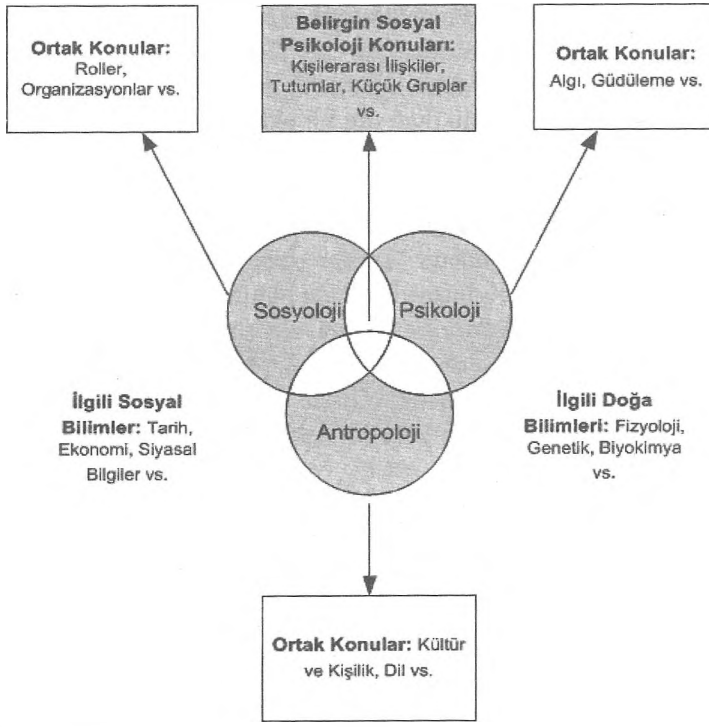
Sosyal psikoloji içindeki temelleri tarihe dayanan bu iki görüşe rağmen, günümüzde sosyal psikologların hemen hepsi başta verdiğimiz tanımları geçerli olarak kabul ederler. Bu temel tanımlardan yola çıkarak, sosyal psikolojinin çalışma alanı çok genişlemiş ve çeşitlenmiştir.

Sosyal Psikoloji'nin Diğer Sosyal Bilimler Arasındaki Yeri

Köklerini psikoloji ve sosyolojiden alan sosyal psikoloji, bu disiplinlerin birleşme noktasında yer alır. Sosyoloji ve psikoloji gelişmiş iki sosyal bilim alanı iken, sosyal psikolojiye niçin gereksinim olduğu sorusu akla gelebilir. Bu sorunun cevabını şöyle verebiliriz: Sosyal psikoloji, çalıştığı olaylara sosyoloji ve psikolojide kolayca geliştirilemeyen yeni bir görüş açısı getirir. Şöyle ki, kişi ile toplumun ilişkisi söz konusu olduğu zaman, psikoloji, kişinin belirli bir sosyal ortamda yaşadığını; sosyoloji de, kişilerin bulunduğu ortama kendi özelliklerini getirdiğini birçok zaman gözden kaçırmaktadır. Bu iki disiplinin yapısı içinde sağlayamadıkları esnekliğe sosyal psikoloji sahiptir.

Örneğin psikoloji, kişilik konusunda bize zengin bilgiler sağladığı halde, liderlik kavramını açıklamak konusunda aynı derecede başarılı değildir; çünkü liderlik sadece kişilik özelliklerinden değil, grubun çeşitli özelliklerinden de etkilenmekte ve kişiyle sosyal çevrenin etkileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Benzer şekilde, kişilik psikolojisi hakkında bilgi sahibi olmak ya da toplumun öğelerini sosyolojik açıdan anlamak, grup dinamiği, tutumların sürekliliği ya da değişmesi gibi konuları kavramamız için yeterli olmamaktadır. Sosyal psikoloji, sosyoloji ve psikolojinin çakıştığı ancak tek başına açıklamakta yetersiz kaldığı bu gibi sosyal olaylara eğilerek sosyal bilimlerdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Şekil 1.1*
Sosyal Psikoloji'nin Çok-Disiplinli Bir Şekilde Kavramlaştırılışı


Ortak Konular: Roller, Organizasyonlar vs.
Belirgin Sosyal Psikoloji Konuları: Kişilerarası İlişkiler, Tutumlar, Küçük Gruplar vs.
Ortak Konular: Algı, Güdüleme vs.
Sosyoloji
Psikoloji
Antropoloji
İlgili Sosyal Bilimler: Tarih, Ekonomi, Siyasal Bilgiler vs.
İlgili Doğa Bilimleri: Fizyoloji, Genetik, Biyokimya vs.
Ortak Konular: Kültür ve Kişilik, Dil vs.

(Marlowe, 1975: 3)

Sosyal psikoloji, kuşkusuz, diğer sosyal bilimlerle yakından ilişkilidir. Zaten günümüzde sosyal bilimlere hâkim olan eğilim, disiplinlerin birbirine katkısına dayanan çok disiplinli ya da disiplinler-arası yaklaşımdır. Şekil 1.1 sosyal psikolojinin çok disiplinli bir şekilde kavramlaştırılmasını göstermektedir. Ancak bu kavramlaştırma sosyal psikolojinin oluşmaya başladığı yıllarda geçerli olsa da günümüzde geçerliliğini yitirmiştir. Son yıllarda sosyal psikoloji, psikoloji bilimine yaklaşmış, sosyoloji

ve antropoloji bilim alanlarından uzaklaşmıştır. Yine de sosyal psikoloji sosyoloji ve antropoloji yerine sinirbilimle ve bilişsel bilimle etkileşim içinde olarak günümüzde çok disiplinli yaklaşımını sürdürmektedir.

Sosyal Psikoloji'ye Yöneltilen Eleştiriler

Tarih boyunca sosyal psikoloji iki çelişkili eleştiriyle karşı karşıya kalmıştır. Bunlardan ilki sosyal psikolojinin "apaçık ortada olan gerçekleri gösterdiği" ve bu sebeple önemsiz olduğu; diğeri ise sosyal psikoloji araştırma sonuçlarının insanları belirli amaçlar uğrunda yönlendirmek için kullanılabileceği ve bu yüzden "tehlikeli" olduğudur. İlk eleştiri geçerli midir? Sosyal psikoloji gerçekten de bize herkesin sezgi yoluyla ulaşabileceği bilgileri mi sunmaktadır? Bu bölüme başlarken okuduğunuz basit testteki sorulara doğru cevaplar vermiş miydiniz?

Bu sorulara yanıt vermeden önce Amerikalı askerlerle ilgili yapılan çalışmalar sonucu ortaya çıkan iki duruma bir göz atalım:

Durum 1: İyi eğitimli askerler, daha az eğitimli askerlere göre savaşa uyum sağlamada daha fazla sorun yaşamışlardır. (Çünkü eğitimli insanlar savaş streslerine daha az hazırlıklıdır.)

Durum 2: Beyaz askerler, Afrika-Amerikalı askerlere göre terfiye daha heveslidirler. (Çünkü Afrika-Amerikalılar gibi yıllarca zulüm altında yaşamış olmak insanın başarı motivasyonunu düşürmektedir.)

Tıpkı yukarıdaki örnekleri okuduğumuzda olduğu gibi bir olayın sonuçlarını öğrendikten sonra genellikle sağduyumuza başvururuz. Olay sonuçlandığında ve gerçeği öğrendiğimizde sanki bunu öngörmek başından beri çok kolaymış hissine kapılırız. Yukarıdaki iki örnek Lazarsfeld (1949)'in çalışmasından alınmıştır. Fakat Lazarsfeld, bunları rapor ettikten sonra şunu eklemiştir: "Bu durumlar, aslında araştırma sonuçlarının tam tersidir". İnsanların bir araştırmanın sonucunu öğrendikten sonra zaten böyle bir sonuç çıkmasını önceden de tahmin edebileceklerini hissettikleri, iki ayrı gruba aynı deneyin farklı sonuçlarının verildiği çalışmalarla da gösterilmiştir (Teigen, 1986). Bu olguya *geriye bakış yanılgısı* denmektedir. Buradaki önemli nokta, sağduyunun yanılması değil, aslında bildiğimizden daha fazlasını bildiğimizi düşünerek kendimizi kandırmamızdır. İşte bilime tam da bu yüzden ihtiyacımız vardır–gerçekle yanılsamayı ve gerçek öngörülerle varsayımları birbirinden ayırt etmemize yardım etmesi için.

İkici eleştiriyi yani sosyal psikolojinin tehlikeli olabileceği eleştirisini ise üçüncü bölümde "Sosyal Etki ve Uyma" başlığı altında ele alacağız.

Sosyal Psikoloji'nin Tarihsel Gelişimi

"(Sosyal) psikolojinin uzun bir geçmişi, kısa bir tarihi vardır."
Ebbinghaus, 1908

Bazı sosyal psikologlara göre sosyal psikolojinin tarihi eski Yunan felsefesine kadar gider. Gerçekten de bugün sosyal psikologların cevaplamaya uğraştığı birçok önemli soru, tarihin eski çağlarında da düşünürler tarafından sorulmuş, cevapları felsefede aranmıştır. Yunan filozofu Plato insan toplum ilişkilerini incelemiş; öğrencisi Aristo sosyal etki ve ikna konusunda bugün için bile geçerli olan ilkeler geliştirmiştir. Hatta daha da eskilere giderek, Hamurabi Kanunları'nda (M.Ö. 2000) devlet otoritesinin himaye ve korumasında insan haklarına dayanan bir sosyal düzeni belirleyen ilk sosyal belgeleri, doğu felsefesinde de sosyal psikolojinin bazı köklerini bulmak mümkündür.

Demek ki, insan-toplum ilişkileri ile ilgili sorular ve fikirler hemen hemen insanlık tarihi kadar eskidir. Bundan ötürü, sosyal psikolojiyi de konuları ve sorduğu sorular bakımından çok eski olarak niteleyebiliriz. Fakat bu soruların cevaplarına çeşitli yaklaşımlar ele alınınca, sosyal psikolojinin *bilimsel* bir yaklaşımla sorunlara eğilişinin çok daha geç başladığını görüyoruz. Sosyal psikoloji, ancak bilimsel yaklaşıma ağırlık verilmesiyle ayrı bir çalışma alanı olarak gelişebilmiştir. Yani, kapsadığı konular bakımından çok eskilere kadar giden sosyal psikoloji, konulara yaklaşımı bakımından bir sosyal *bilim* olarak oldukça yenidir.

Sosyal psikolojinin bir bilim dalı olarak ortaya çıkışı 19. yüzyılın sonlarına rastlamakla beraber 17. ve 18. yüzyıllardaki gelişmelerin de sosyal psikolojinin oluşmasına büyük katkısı olmuştur. 17. ve 18. yüzyıllarda özellikle İngiliz filozofları bireyin diğer bireylerle ve toplumla ilişkileri konusuna eğilerek sosyal davranışın hangi güdülere dayandığını bulmaya çalışmışlardır. Bu dönemde her düşünür, tipik olarak sosyal davranışı açıklamak için tek bir güdü ya da kavram ileri sürmüştür. Örneğin, Thomas Hobbes kuvvet ve egoizm kavramlarını; Adam Smith kişisel çıkar kavramını; Jeremy Bentham ve James Mill hedonizm ve zevk düşkünlüğünü sosyal davranışı tayin eden temel güdüler olarak incelemişlerdir.

Bu dönem sosyal filozofları anahtar kavramlar üstünde durduklarından, sosyal davranışları ele alışları tek yönlü olmuştur. Genellikle toplum, birey ve ikisinin ilişkilerinin niteliği konusundaki bu felsefi görüşler, bilimsel yaklaşımdan çok kişisel gözlem, sezgi, tahmin ve mantığa dayalı olarak geliştirilmiştir. Ayrıca, bu ele alışlarda, neyin nasıl olduğu görüşünden neyin nasıl olması gerektiğine geçişler görülmekte; yani, durumun analizini yapan çalışmalarla normatif (kuralcı ve ahlaki) görüşler bazen birbirine karışmaktadır. Bununla birlikte, 19. yüzyıldan önce oluşan sosyal felsefi akımlar, içerdikleri sorular, gözlemler, analizler ve vardıkları sonuçlar

bakımından, ileride gelişecek olan sosyal psikoloji alanının kavramsal tohumlarını ekmişlerdir.

19. yüzyılda birbirinden bağımsız olarak gelişen bazı çalışma alanları, sosyal psikolojinin ayrı bir bilim dalı olarak ortaya çıkmasına doğrudan katkıda bulunmuştur. Bu etkileyici gelişmelerden biri sosyolojinin bir bilim olarak belirmesidir. 19. Yüzyıl sosyologlarının katkılarına burada uzun uzun değinmeyeceğiz, ancak tarihe merak duyanlar bölümün sonunda yer alan Okuma Parçası-1'e göz atabilirler.

Sosyal Psikoloji'nin Bilimsel Bir Çalışma Alanı Olarak Ortaya Çıkışı (1900- 1930)

1908 yılı birçok sosyal bilimciye göre sosyal psikolojinin başlangıcıdır. Bu tarihte ilk defa sosyal psikoloji adını taşıyan iki ders kitabı yayınlanmıştır. Bunlardan birisi, İngiliz psikolog Mc Dougall tarafından, diğeri de Amerikalı sosyolog Ross tarafından yazılmıştır. Öne sürdükleri anahtar kavramlar gösterir ki, Mc Dougall'a göre yazmış olduğu bir psikoloji kitabı, Ross'a göre ise bir sosyoloji kitabıdır. İlk sosyal psikoloji kitaplarının birbirlerinden habersiz bir psikolog ve bir sosyolog tarafından yazılmış olması ilginç ve anlamlı bir olaydır ve sosyal psikolojide bugün için bile söz konusu olan iki ayrı geleneği yansıtır.

Mc Dougall'ın eseri özellikle psikoloji kökenli sosyal psikologlar tarafından önce benimsenmiş; fakat 1924'te Floyd H. Allport'un *Sosyal Psikoloji* kitabının yayınlanmasıyla önemini kaybetmiştir. Bazılarına göre sosyal psikolojide "modern dönem"in başlangıcı olan bu eserde 1908 dönemiyle karşılaştırılınca önemli değişiklikler görülmektedir. Allport, Mc Dougall'ın önerdiği bireysel yaklaşımı kabul etmiş fakat *grup zihni* (bkz. Okuma Parçası-1) kavramına şiddetle karşı çıkmıştır. Ayrıca, 1920'lerden itibaren önemi gittikçe artan davranışçılık akımına uyarak öğrenilmemiş içgüdü kavramını reddetmiş ve sosyal davranışta öğrenmenin önemini belirtmiştir. Daha da önemlisi, bu eserde, o zamana kadar tipik olarak sosyal konularda kullanılan gözlem, iç gözlem, spekülasyon gibi yöntemlerden çok, *deney* yöntemine ağırlık verilmiştir. Bu kitapta incelenen Triplett, Moede ve Allport'un gruplarla yaptıkları laboratuvar deneyi araştırmaları, deneysel sosyal psikolojinin ilk örnekleri olmuştur.

Norman Triplett (1898), bisikletçilerin diğer bir bisikletçiyle beraber giderken tek başlarına olduklarından daha hızlı bisiklet sürdükleri gözleminden yola çıkarak gerçekleştirdiği laboratuvar deneyinde, çocukların basit bir görevi ikili gruplar halindeyken tek başlarına olduklarından daha hızlı tamamladıklarını göstermiştir. Bu deney günümüzde sosyal psikoloji'nin ilk deneyi sayılmaktadır ve gösterdiği olgu, daha sonraki yıllarda *sosyal hızlandırma* kavramının ortaya atılmasında etkili olmuştur (bkz. Bölüm 9).

1930'lardan 1950'lere Alanın Bilimsel Gelişimi

1920'lerden sonra sosyal psikoloji bazı önemli aşamalardan geçmiştir. Bunların belki en önemlisi sosyal bilimlerde davranışçılık görüşünün yaygınlaşmasıyla, sosyal psikolojide deneysel yaklaşıma verilen önemin artmasıdır. Ancak bu, 1920 ve 1930'larda psikoloji kökenli sosyal psikologların sayısal çalışmalara, ölçme ve deney yapmaya vaktinden önce bağlanmalarına yol açtı. Örneğin, tutumlar konusunda gerekli kuramsal çalışmalar yapılmadan, hatta tutumun ne olduğu daha bilinmeden tutum ölçmek için çeşitli ölçekler geliştirildi.

Diğer taraftan sosyoloji kökenli sosyal psikologlar kuram geliştirme çabaları içinde idiler. Özellikle, G. H. Mead ve C. H. Cooley *sembolik etkileşim* kuramını geliştirerek, biyolojik bir varlık olarak doğan insanın sosyal birey niteliğini nasıl geliştirdiğini ve bu niteliğin sosyal düzenin psikolojik temelini nasıl meydana getirdiğini incelediler. Ancak bu yaratıcı kuramsal görüşlerin görgül araştırmalarla sınanması ve ayrıntılarının geliştirilmesi eksik kaldı. Böylece 1930'ların sonlarına kadar, sosyolog sosyal psikologlar kuramsal düzeyde; psikolog sosyal psikologlar görgül araştırma düzeyinde bazı ilerlemeler kaydettiler; fakat birbirleriyle yeterli bir ilişki kuramadılar.

İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen önceki yıllarda meydana gelen üç temel gelişme, sosyal psikolojinin bugünkü durumuna gelmesinde önemli rol oynamıştır. Bu gelişmelerin birincisi, Kurt Lewin ve öğrencilerinin başlattığı grup dinamiği çalışmalarıdır. Lewin, sosyal gerçeği laboratuvara taşıyarak grup yapısı ve sürecini, hem kuramsal hem görgül değeri yüksek laboratuvar deneyleriyle incelemiş ve hem psikologları hem sosyologları etkilemiştir (Lewin, 1951). Bu grup dinamiği çalışmalarının günümüze kadar uzanan önemli etkileri, günümüz sosyal psikolojisinin özellikle grup konusunda biçimlenişini etkilemiştir.

İkinci bir gelişme, zamanın önemli sosyolojik görüşlerini bilen ve özellikle sembolik etkileşim kuramını benimsemiş bir psikolog neslinin orta çıkmasıdır. Bu psikologlar, sosyolojiyi karşılarına almadıkları için hiçbir yere varmayan sosyoloji-psikoloji çatışmasına bir son vermişlerdir. Böylece, ne bir nesil önceki bireycilerin yaptığı gibi grup olayını bireye indirgemişler (F. H. Allport, 1933), ne de grup-toplum-kültür kuramcılarının yaptığı gibi grup olayını *superorganik* (Kroeber, 1927) ya da *grup ruhu* (Mc Dougall, 1920) gibi soyut kavramlarla açıklamaya çalışmışlardır. Bu ikinci nesilde, Muzafer Sherif[1] (1935 ve 1936) sosyal normların oluşumunu ilk defa laboratuvarda gerçekleştiren ve inceleyen klasik araştırmasıyla öncülük yapmıştır.

Üçüncü gelişme de, Amerika Birleşik Devletleri'nde endüstri ve devlet fonlarının ilk defa bu dönemde sosyal psikolojik araştırmaları desteklemek için kullanılmaya başlanmasıdır. Bu gelişme, sosyal psikolojinin uygulama alanlarını genişletmiş ve bu disiplinin niteliğini değiştirmiştir. Gerek devlet kurumları –özellikle ordu– gerekse büyük endüstri, her gün karşılaştıkları sorunların çözümü için sosyal psikolojiye baş-

[1] Aslen Türk olan tanınmış sosyal psikolog Muzaffer Şerif, eserlerinde Muzafer Sherif adını kullandığından biz de bu şekilde yazıyoruz.

vurunca, sosyal psikolojideki temel ve uygulamalı araştırmaların sayısının ve çeşidinin çok artmasına neden olmuştur; bu da disiplinin gelişimini sağlamıştır. Örneğin, endüstri psikolojisinin ilk çalışmaları sayılan Western Elektrik Şirketi'nin Hawthorne fabrikalarında yapılan klasik üretim ve moral araştırması, endüstrinin fonlarıyla desteklenen bir araştırmadır ve sosyal davranışın alanda (gerçek hayatta) incelenmesini kapsar. Bir diğer örnek de İkinci Dünya Savaşı sırasında propagandanın öneminin artmasıyla ordu ile işbirliği yapan Carl Hovland ve arkadaşlarının etkileyici iletişim konusunda yaptıkları laboratuvar deneyleridir (Sherif ve Hovland, 1961). Bu araştırmalar, beşinci bölümde de göreceğimiz gibi, sosyal psikolojide bir tutum değişimi kuramına temel teşkil etmiştir.

Bu üç temel gelişmeden başka sosyal psikolojinin ilerlemesine katkıda bulunan diğer bazı etkenler de şöyle özetlenebilir: Akademik psikolojinin davranışçılık çerçevesinde hızla gelişmesi, kavram ve yöntem bakımından sosyal psikolojiye katkıda bulunmuştur. Örneğin, öğrenme psikolojisi ile sosyal psikoloji arasında bazı bağlar kurulmuş ve *sosyal öğrenme* kavramsal çerçevesi geliştirilmiştir (Bandura ve Walters, 1963). Akademik psikolojinin diğer önemli bir dalı olan algı psikolojisi ile sosyal psikoloji arasında da bağlar kurulmuş ve özellikle 1940'larda sosyal-kişisel etkenlerin algıya etkileri, *Yeni Görüş* (The New Look) hareketi içinde yapılan birçok laboratuvar deneyi ile saptanmıştır (Örneğin, Bruner ve Goodman, 1947; Postman, 1953).

Kişilik psikolojisindeki gelişmeler de sosyal psikoloji için yararlı olmuştur. Özellikle psikanalitik görüşün önyargılı ayrımcı tutumları çözümlemekte uygulanışı, bu önemli konunun psikodinamiğini açıklamakta yardımcı olmuştur.

Nihayet, kamuoyu yoklamalarının yapılmaya başlanması ve bu çalışmalarda özellikle politik tutumların ve bunlardaki değişmelerin ölçülmesi, sosyal psikoloji için hem tutum değişimi kuramlarının geliştirilmesi, hem de görgül bilgi toplama bakımından yararlı olmuştur. İlk defa Birleşik Amerika'da George Gallup tarafından 1935'te kamuoyu yoklaması yapılmış; daha sonraları sayıları ve kapsamları çok gelişen bu çalışmalar diğer ülkelerde de yapılmaya başlanmıştır. Bugün Türkiye dâhil birçok ülkede pek çok konuda kamuoyu araştırmaları yapılmaktadır.

1930'lardan sonra sosyolojideki çeşitli gelişmeler de sosyal psikolojinin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Sembolik etkileşim kuramsal çerçevesini geliştiren Mead ve Cooley'in katkılarından daha önce söz etmiştik. Daha sonra sosyologlar tarafından geliştirilen *göreli yoksunluk* (Stouffer ve ark., 1949), *rol, rol çatışması, mevki, statü* (Parsons ve Shils, 1951; Merton, 1957), *statü kristalleşmesi* (Lenski, 1954, 1956), *yabancılaşma* (Nettler, 1957), *anomi* (Srole 1951, 1956) gibi kavramlar sosyal psikologlar tarafından da kullanılmıştır. Ayrıca, özellikle gerçek hayattaki gruplara katılarak gözlem yöntemiyle yapılan sosyolojik çalışmalar (Thrasher, 1927, Whyte, 1943) doğal gruplar hakkında sosyal psikologlara zengin bilgi sağlamıştır. Bunların yanında küçük toplum yapısı ve kültürünün derinlemesine incelendiği araştırmalar (örneğin Hollingshead, 1949; Warner, Meeker ve Eels, 1949) da sosyal psikologlara toplum yapısı hakkında çok şey öğretmiştir.

Nihayet antropolojide 1930'lardan itibaren başlayıp 1940'ların sonuna kadar devam eden *kültür ve kişilik akımı,* antropoloji ile psikolojinin yakınlaşmasını sağlamış ve sosyal psikolojiye katkıda bulunmuştur. Bu akım içinde psikolojik kavramlar antropologlar tarafından o kadar çok kullanılmıştır ki, 1950'lerde bu fazla yakınlaşmaya antropoloji çevrelerinden bir tepki gelişerek antropoloji, psikolojiden tekrar uzaklaşmaya başlamıştır. Gerçekten de 1930 ve 1940'ların psikoloji-antropoloji ortaklığı, Kluckhohn'un da belirttiği gibi (1954), sadece belirli konulara yoğunlaşmıştı. Örneğin, psikolojik kavramlar içinde en çok psikanalitik kavramlar ve çok daha az olmak üzere, öğrenme psikolojisi kavramlarının bu dönemde antropologlarca kullanıldığını görüyoruz. Psikolojide kullanılan testlerden ise, gene psikanalitik yaklaşımın etkisiyle sadece projektif kişilik testlerinin bu dönemde antropologlar tarafından kullanıldığı söylenebilir. Bu durum, hem kavramsal, hem yöntemsel bakımdan bu dönem psikoloji-antropoloji işbirliğinin çok dar bir çerçeve içinde kaldığını bize göstermektedir.

Bu ilk heyecanın durulmasından sonra 1970'lerden itibaren özellikle sosyal psikoloji ile antropolojinin ortak ilgi konularının tekrar arttığını ve bu konuların incelenmesinde daha gelişmiş yöntemlerin kullanıldığını görüyoruz. Özellikle kültürlerarası araştırmaların artışıyla birlikte yeni bir yakınlaşma ortaya çıkmaktadır. 1970'lerde ortaya çıkan bu durum giderek kültürlerarası psikolojide güçlenmiştir. Kültürlerarası psikolojiye daha sonra yine değineceğiz. Bu tür kültürlerarası araştırmaları içeren ilk kitaplar 1970'lerde yayınlanmıştır (örneğin, Lambert ve Weisbrod, 1971; Al-Issa ve Dennis, 1970; Brislin, Lonner ve Thorndike, 1973).

Sosyal psikolojinin psikoloji, sosyoloji ve antropolojiden başka sosyal bilimlerle de, örneğin, psikolinguistikle, siyaset bilimiyle, iletişimle, iktisat ve nüfus bilimiyle ilişkileri özellikle yakın zamanlarda gelişmiş ve bu gelişmeler sosyal psikolojiye destek sağlamıştır.

1950'lerden 1970'lere Sosyal Psikoloji

İkinci Dünya Savaşı, sosyal psikolojinin gelişimine iki önemli açıdan etki etmiştir. İlk etki olarak Avrupalı birçok psikologun savaş nedeni ile Amerika'ya göç etmek zorunda kalmasını gösterebiliriz. Bu göçler sonucunda psikoloji araştırmalarının odağı Amerika kıtasına kaymıştır. Bu göçler genel psikoloji için olduğu kadar sosyal psikoloji için de önem teşkil eder. Zira sosyal psikolojinin kurucusu kabul edilen Kurt Lewin de Avrupa'dan göç eden araştırmacılar arasındadır.

İkinci Dünya Savaşı'nın bir diğer önemli etkisi de incelenen konular üzerine olmuştur. Savaş sırasında meydana gelen birçok olay özellikle üçüncü bölümde de değineceğimiz sosyal etki ve uyma çalışmalarının hızlanmasına sebep olmuştur.

İkinci Dünya Savaşı'nın etkilerinin yanı sıra 1950'lerde, sosyal psikoloji içinde sosyoloji ve psikolojinin ilk sentezinin gerçekleştirildiğini görüyoruz. Bu başarıda Newcomb'un sosyal psikoloji kitabının (1950) ve özellikle Lindzey'in hazırladığı iki ciltlik sosyal psikoloji el kitabının (1954) katkısı olmuştur. 1950'lerde sosyal psikolojik araştırmalar sayıca çok artmıştır; o kadar ki, bu dönemde yapılan araştırmaların

sayısı bir önceki yarım yüzyılda yapılanlardan daha fazla olmuştur. 1960'larda ve 1970'lerin başındaki sosyal psikolojik çalışmaların sayısı ise 1950'lerdekinden de çok daha fazla olmuştur. On yıl içinde sosyal psikoloji el kitabı yenilenerek beş cilt halinde basılmıştır (Lindzey ve Aronson, 1968). 1960'larda basılan sosyal psikoloji ders kitapları ve okuma kitaplarının sayısı da şaşırtıcı bir düzeye ulaşmıştır, bu gelişmelere paralel olarak sosyal psikolojik konulara değinen bilimsel dergiler de sayı ve kapsam bakımından çok artmıştır.

1970'lerden 1990'lara Sosyal Psikoloji

1970'lerden itibaren artık sosyal psikoloji, tamamen yerleşmiş, kendini kabul ettirmiş ve hızla gelişmekte olan dinamik bir sosyal bilim dalıdır. Bugünkü sosyal psikoloji sentezi içinde, sosyal psikolojinin tanımı, diğer sosyal bilimlerden sınır çizgileri bakımından değil, çalıştığı temel problem konuları bakımından yapılmaktadır. Bu problemler ele alınan sosyal davranışın bir seferde (kesitsel) ya da zaman içinde (boylamsal) incelenmesine göre iki ayrı eksene yerleştirilebilir.

Boylamsal eksende sosyalleşme ve sosyal gelişim süreci ön plana çıkmaktadır. Yeni doğan insan yavrusunun zaman içinde kişilerarası etkileşim ve öğrenme ile topluma katılıp onun bir parçası haline gelişi ve benimsediği kültürü devam ettirişi, sosyal psikolojinin önemli bir çalışma konusudur.

Diğer taraftan, sosyal psikolojinin kesitsel problemleri, sosyalleşmiş kişilerin sosyal ortam içindeki ilişkileridir. Burada birey, onun sosyal çevresini algılaması ve anlaması ve başkalarıyla etkileşimi inceleme konusudur. Böylece, birey düzeyinde, bireyin öğrenilmiş tutumları, bilişsel süreçleri ve bunların sonucu olan davranışları; sosyo-kültürel düzeyde ise, kişilerin etkileşimi sonucu oluşan grup yapısı ve süreci, sosyal psikolojik çözümlemenin öğeleri olarak gösterilebilir.

Sosyal psikolojide giderek güçlenen bir akım, bilişsel sosyal psikolojidir. 1970'lerden itibaren sosyal psikolojik kuram ve araştırmalar, sosyal algı ve bilişsel süreçler üzerinde odaklanmıştır. Bu gelişmede, genel psikolojide bilişsel yaklaşımın ön plana çıkmasının rolü vardır. Günümüze kadar etkisini sürdüren bu akım o kadar güçlü olmuştur ki, buna *bilişsel devrim* adı verilmektedir.

1980'lerden itibaren sosyal psikolojinin gelişmesini sistematik bir şekilde özetlemek kolay değildir. Bunun iki nedeni var. Birincisi, bu dönem çok yenidir ve devam etmektedir; içinde bulunduğumuz gelişmeleri zamanın sağladığı bir perspektifle incelemek zordur. İkincisi, son 10 yıllarda sosyal psikolojik araştırmalar genel olarak ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde o kadar arttı ki, ana hatlarını kısa bir şekilde belirlemek zordur. Bu zorluklara rağmen bazı gelişmelerden kısaca söz edebiliriz.

Bilişsel yaklaşımın temeli, daha 1960'larda tutum değişiminin tutarlık kuramlarıyla ve özellikle de *bilişsel tutarsızlık* (cognitive dissonance) kuramıyla atılmıştır (bkz. Bölüm 5). 1970'lerde ise atıf kuramıyla bireyin hem başkalarının hem kendisinin davranışını nasıl algıladığı ve bu davranışın nedenlerini ne şekilde açıkladığı ön plana çıkmıştır. Bu bilişsel süreci etkileyen, sosyal davranışların nedenlerini anlamada bize yardımcı olan ya da yanıltan bilişsel etkenler incelenmiştir (bkz. Bölüm 4).

1980'lerde ve 1990'larda da önemini koruyan bilişsel perspektife göre, sosyal olayların temelinde yatan bilişsel süreçleri anlamak, o sosyal olayları daha iyi anlamayı sağlar (Markus ve Zajonc, 1985). Bir davranışın nedenlerini kavramak ve yorumlamak çok önemlidir; çünkü o davranışa ne şekilde tepki verileceğini belirler. Başka bir deyişle, sosyal psikolojinin temel konusu olan birey-toplum etkileşimi ya da insanlar arası etkileşim aslında sadece davranış düzeyinde oluşmaz; bilişsel düzeyde de oluşur. Bilişsel süreçler, davranışlar arasında ara değişken işlevini görür. Örneğin, top oynarken Ahmet, Mehmet'e tekme atar (davranış); Mehmet'in tepkisi onun Ahmet'in davranışını nasıl yorumladığı (Ahmet'e nasıl bir niyet atfettiği) (biliş) ile belirlenir. Mehmet, Ahmet'in kazara böyle davrandığını düşünürse ona hoşgörü gösterir, bilerek tekme attığını düşünürse, ona saldırganlık gösterir (davranış). Bu basit örnekteki bilişsel süreç, çok daha karmaşık olaylardaki bilişsel süreçlere bir örnek oluşturuyor. Bunların sistematik bir şekilde incelenmesi, sosyal psikolojinin derinliğini artırmıştır. Bilişsel sosyal psikoloji konuları, kitabın dördüncü bölümünde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Bilişsel yaklaşımın dışında 1980'lerden itibaren önemi artan başka bakış açıları da vardır. Tanınmış Amerikalı psikolog Anne Anastasi (1992), psikoloji içinde gelişen iki yeni alandan söz etmiştir: yaşam boyu gelişim psikolojisi ve kültürlerarası psikoloji.

Bunlardan gelişimsel yaklaşım, sosyal psikoloji içinde de önemli olmakla birlikte, esas olarak kendi başına bir psikoloji alt alanı olarak ilerlemiştir. Doğumdan ölüme kadar insan olgusunu inceleyen bu alana *yaşam boyu gelişim psikolojisi* diyoruz.

Kültürlerarası psikoloji de ayrı bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmıştır. Psikolojinin çeşitli konularında (algı, biliş, güdülenme, duygular, insanlararası ilişkiler, değerler vb.) kültürün etkisi ön plana çıkmaktadır. Özellikle kültürlerarası karşılaştırmalı araştırmalarla hangi psikolojik süreçlerin evrensel olduğu, hangilerinin kültürden kültüre farklılık gösterdiği araştırılıyor (bu konuda daha fazla bilgi için bakınız: Kağıtçıbaşı, 2013).

Kültürlerarası psikoloji, psikolojinin bütün alt dallarını kapsamakla birlikte, en fazla sayıda araştırmanın yapıldığı alan, kültürlerarası sosyal psikolojidir. Bu alt dalda ders kitapları da yayınlanmıştır (Smith, Bond ve Kağıtçıbaşı, 2006; Berry, Poortinga, Breugelmans, Chasiotis ve Sam, *2011 vb.). Kültürlerarası karşılaştırmalı* araştırmalar sosyal davranışın, sosyal bilişin, tutum ve değerlerin evrensellik sınırlarını daha iyi belirlememize yardımcı olmaktadır. Bu çalışma alanının öneminin giderek artması beklenebilir. Bu alan, aynı zamanda da psikolojinin daha küresel, dünyanın çeşitli ülkelerinde gelişen bir bilim olmasına katkıda bulunuyor. Bu gelişmelere kitabın birçok

bölümünde kısaca değineceğiz. Bu konuyu ayrıca onuncu bölümde de daha etraflıca inceleyeceğiz.

1990'lardan Günümüze Sosyal Psikoloji

1990'ların sonundan itibaren günümüzde de gelişmeye devam eden iki yeni çalışma alanı daha ortaya çıkmıştır: Evrimsel sosyal psikoloji ve sosyal sinirbilim. Evrimsel sosyal psikoloji, evrim teorisinin sosyal psikolojiye uygulanmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu yeni alan örneğin kişilerarası çekim, yardımlaşma, dayanışma ve saldırganlık çalışmalarına katkıda bulunmaktadır.

Sosyal sinirbilim ise insanların sosyal bilgiyi işlerken oluşan beyin aktivitelerini inceler. Bu alan, sosyal değişkenlerin biyolojik süreçleri etkileyebileceğini vurgulamaktadır.

Son yıllarda önem kazanan bir diğer konu da benliktir. Benlik konusunda bir hayli çalışma yapılmış olmasına rağmen psikologlar halen daha benliğin tanımı konusunda uzlaşıya varabilmiş değiller. Benlik konusuna burada girmiyoruz; çünkü sekizinci bölümde ayrıntılı olarak değineceğiz.

1990'lardan itibaren sosyal psikolojiyi biçimlendiren bir diğer gelişme de araştırma yöntem ve tekniklerinin hızla artması ve çeşitlenmesidir. Geçmiş yıllarda ölçülemediği için incelenemeyen birçok konu günümüzde değişik teknikler yardımı ile ölçülebilmekte, ya da yapılan araştırmalar yeni yöntemler ışığında tekrar gündeme alınabilmektedir. Bu gelişmelere ikinci bölümde değineceğiz.

Son olarak, 1970'lerden itibaren giderek belirgin olarak ortaya çıkan bir gelişme, sosyal ve psikolojik araştırma ve kuramların uygulamalara yönelmesidir. Bu uygulama alanları, sağlıktan eğitime, örgütsel/endüstri psikolojisinden çevre sorunlarına, aile çalışmalarından cinsiyete kadar uzanan geniş bir yelpazeyi kapsıyor. Bunların ortak noktası, sosyal psikolojik bilgi birikiminin insan refahına hizmet etmesidir. Bu bazen doğrudan, bazen dolaylı olabilir; önemli olan, sosyal politika, program ve uygulamalara ışık tutacak bilgiye sahip olmamızdır.

Örneğin, dokuzuncu bölümde incelenecek olan grup süreçleri ve grup dinamikleri, liderlik vb. gibi olgular, günümüz örgüt/endüstri psikolojisinde, insan kaynakları yönetiminde ve genelde işletme alanındaki birçok uygulamalara temel oluşturmaktadır. Benzer şekilde, sosyal gelişme/sosyalleşme ve benlikle ilgili bilgi birikimimiz, aile çalışmalarında, çocuk yetiştirme/eğitimi uygulamalarında önemli olmaktadır.

Sosyal psikologlar günümüzde artık sadece üniversitelerde değil, kamu sektöründe ve özel sektörde çeşitli çalışma alanlarına yayılmışlardır. Kuzey Amerika ve Avrupa'da, işletmelerde, fabrikalarda, kamuoyu araştırma merkezlerinde, insan kaynakları yönetiminde, halkla ilişkilerde, reklamcılıkta, mahkemelerde, hastanelerde, eğitimde vb. gibi iş alanlarında çalışıyorlar

Türkiye'de de sosyal psikologlar giderek yeni iş alanlarına yönelmekteler. Bu yönelişte özellikle Batı'da oluşmuş sosyal psikolojik kuram ve bilgilerin Türkiye'nin sosyo-kültürel ortamına uygunluk derecesini de saptama durumundalar. Bu saptamalar bir yandan Türkiye'deki uygulamaları daha geçerli kılarken, diğer yandan da evrensel sosyal psikolojiye önemli bilimsel katkılarda bulunabilir.

Tablo 1.1
Sosyal Psikoloji Tarihinde Dönüm Noktaları

Tarihsel Gelişim	• Çeşitli toplumlarda psikolojik perspektiflerle ilgili çalışmalar • Yunan filozoflarının insan-toplum ilişkisi üzerine çalışmaları • Aydınlanma Çağı'nda sosyal düşünürlerin ve filozofların sosyal düzen üzerine çalışmaları
Alanın Ortaya Çıkışı (1900 – 1930)	• 1897: N. Triplett ilk sosyal-psikoloji deneyini gerçekleştirdi. • 1900: W. Wundt'un "Volkerpsychologie" (halk psikolojisi) kitabının ilk cildi yayınlandı. • Psikolog W. McDougall ve sosyolog E. Ross eş zamanlı olarak ilk sosyal psikoloji kitabını yayınladı. • F. Allport'un sosyal psikolojide modern devrin başlangıcı kabul edilen "Sosyal Psikoloji" kitabı yayınlandı.
Bilimsel Gelişim (1930 – 1945)	• 1934: R. T. LaPiere tutum-davranış çekişkisi üzerine ilk saha çalışmasını gerçekleştirdi. • 1934: G. H. Mead "Sembolik Etkileşim Kuramı"nı ortaya koydu. • 1936: Muzaffer Sherif sosyal normların oluşumunu inceleyen laboratuvar çalışmalarını yayınladı. • 1939: J. Dollard, N. E. Miller ve ark. "engellenme-saldırganlık" hipotezini öne sürdü. • 1941-1945: İçlerinde K. Lewin'in de bulunduğu birçok sosyal psikolog Almanya'dan Amerika'ya göç etti.
Tam Gaz İleri (1946 – 1969)	• 1949: C. Hovland ve arkadaşları tutum değişimi ve ikna üzerine ilk deneysel çalışmaları yaptı. • 1951: S. Asch "uyma" deneyini gerçekleştirdi. • 1957: L. Festinger "Bilişsel Çelişki Kuramı"nı öne sürdü. • 1963: S. Milgram "itaat" deneyini gerçekleştirdi. • 1665-1967: Jones ve Davis "Uyuşan Çıkarsamalar Kuramı"nı, Kelley "Birlikte Değişim Modeli"ni yarattı.
Bilişsel Devrim (1970 – 1990)	• Sosyal Biliş (Algı) birçok çalışmanın odağı oldu. • 1971: P. Zimbardo "Stanford Hapishane Deneyi"ni gerçekleştirdi. • 1973: Kahneman ve Tversky karar verme süreçleri üzerine araştırmalar yaptı

	• 1974: Kişilik ve Sosyal Psikoloji Topluluğu (SPSP) kuruldu. • 1974: Fishbein ve Ajzen "Mantılsal Eylem Kuramı"nı öne sürdü. • 1980: Otomatik- kontrollü düşünce süreçleri çalışmaları başladı.
Biyoloji ve Sinirbilim ile Etkileşim (1990 -)	• Kültürler arası çalışmalar, benlik çalışmaları ve sosyal sinirbilim çalışmaları başladı ve yaygınlaştı. • Sosyal psikoloji araştırmaları uygulamalı alanlarda (örn. Hukuk, eğitim, sağlık) etkin olmaya başladı. • 2002: ABD'li psikolog D. Kahnemann Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görüldü. • Yeni araştırma yöntemleri ve ölçme teknikleri şekillendi.

* Baumeister ve Finkel'in *Advanced Social Psychology* (2010) kitabından faydalanılmıştır.

Okuma Parçası - 1: Grup Zihni Kavramı

19. yüzyıl sosyologlarının tipik olarak anahtar kavramlarla sosyal davranışı ve özellikle sosyal düzeni ve kişi-toplum uyuşumunu açıklamaya çalıştıklarını görüyoruz. Ele alınan temel sorun şu idi: Kişisel farklılıklara ve çeşitli güdülenmelere rağmen insanlar nasıl oluyor da benzer davranışlarda bulunarak bir sosyal düzen kurabiliyorlar?

Daha 17. ve 18. yüzyıllarda bu soruya *sosyal kontrat* kavramı ile cevap arandığını görüyoruz. Thomas Hobbes (1588-1679) *Leviathan* (1651) adlı eserinde ve J. J. Rousseau (1712-1778) *Toplum Sözleşmesi (Le Contrat Social)*'nde insanların bilerek ve isteyerek toplumu kurdukları ve bu *kontrat* gereği sosyal düzenin oluştuğu fikrini ileri sürmüşlerdi. Bu görüşte, birey ön planda bulunmaktaydı. 19. yüzyıl sosyologlarının çalışmalarında ise bu sorunun cevabı *toplumun bireyi şekillendirmesi* şeklinde belirmiştir. Burada toplum ön plana çıkmaktadır. Örneğin Emile Durkheim (1858-1917), sosyal normların, kişinin dışında olduğunu ve kişiyi zorlayıcı niteliğe sahip olduğunu öne sürmüştür. Burada öne sürülen fikir şudur: Toplumsal normlar bireyleri hep aynı şekilde kısıtladığından ve aynı toplumsal normlar çok sayıda birey tarafından benimsendiğinden farklı bireyler arasında benzer davranışlar belirmekte ve dolayısıyla toplumsal düzen mümkün olabilmektedir.

Toplumun ön plana çıktığı bu görüş, *grup ruhu* ya da *grup zihni* kavramıyla aşırı bir nitelik kazanmıştır. 1850-1930 yılları arasında birçok sosyolog, psikolog, antropolog ve filozof, bu kavramı çözümlemek için çaba göstermişlerdir. Bu kavramdan genellikle anlaşılan, grubun bireylerin üstünde bir varlığı ve niteliği olduğudur. Bu görüşü Almanya'da küçük farklarla önce Hegel'in *objektiver Geist* (objektif ruh) kavramında (1807), sonra onu izleyen Lazarus ve Steinthal'ın *Volkgeist* (toplum ruhu)

(1860) kavramında ve nihayet Wilhelm Wundt'un *Völkerpsychologie* (toplum psikolojisi)sinde (1910-1920) görüyoruz. Aynı yıllarda Fransa'da Durkheim da (1898) bu görüşlere katılmaktaydı. Wundt da Durkheim da, sosyal gerçeğe önem vererek, bireylerin zihinlerinin (ruhlarının), ortak bir *kolektif zihin*de birleştiğini ve bu kollektif zihnin bireyleri kısıtladığını ve denetlediğini öne sürmüşlerdir. Birey üzerindeki bu baskıya, Wundt "dil" konusunda, Durkheim da "din" konusunda örnekler vermişlerdir. Aynı dönemde Gustave Le Bon da *Kalabalık* (Psychologie des foules) adlı kitabıyla (1895), insan davranışının bir grup ruhu ile idare edildiğini ve bu grup etkisinin temelinde *telkin* sürecinin yattığını öne sürmüştü.

Grup zihni fazla soyut hatta metafizik bir niteliğe sahip olduğundan bazı psikolog ve sosyologlar tarafından kabul edilmemiştir. C. H. Cooley (1922) ve G. Herbert Mead (1934) bu kavrama karşı çıkan ve sosyal psikolojinin kuramsal gelişimine önemli katkıları olan sosyolog-sosyal psikologlardı. *Sembolik etkileşim* kuramsal görüşü içinde bu düşünürler ve onlara katılanlar, sosyal düzenin varlığını bireyden soyutlanmış bir grup zihniyeti yerine, "bireyde sosyal benliğin gelişmesi" ile açıklamışlardır. Daha önce de belirttiğimiz gibi, cevabı aranan temel soru, kişisel farklılıklara rağmen insanların nasıl olup da benzer davranışlar göstererek bir sosyal düzen kurabildikleriydi. Sembolik etkileşim kuramsal görüşüne göre, sosyalleşme süreci içinde çocuk devamlı olarak başkalarıyla ilişki içindedir. Bu ilişkinin temelinde dil, yani semboller vardır. Kelimelere atfedilen ortak anlamlardan, ortak düşünce ve davranış türlerine doğru bir gelişme oluşur. Kişi hem etrafındaki kimseler, eşyalar ve olaylar hakkında, hem de kendi benliği hakkında, kendine yakın kişilerle ortak görüşler geliştirir. Bunun sonucu da, benzer davranışların ve sosyal düzenin oluşmasıdır.

Görüldüğü gibi, burada önemli olan, kişinin dışında, onu zorlayıcı bir grup ruhu ya da toplum normundan ziyade, kişinin toplumdaki ortak görüşleri benimseyip sosyalleşme süreci içinde kendine mal etmesidir. Böylece çocuk gelişimi ve sosyalleşme kavramları, 19. yüzyılın sonunda ve 20. yüzyılın başında sosyal bilimcileri çıkmaza sokan grup (toplum)-birey ikileminden sıyrılmakta yararlı olmuştur.

Grup zihni kavramına diğer bir tepki de bireyci psikologlardan gelmiştir. Özellikle Floyd Allport (1924) bireyci görüşü savunarak, bireyin psikolojisinin dışında ayrıca grup psikolojisi diye bir şey olamayacağını, grup davranışını belirleyen süreç ve mekanizmaların birey düzeyinde mevcut olduğunu öne sürmüştür. Aslında bundan önce, sosyal psikolojideki ilk laboratuvar deneyleri diyebileceğimiz bazı araştırmalar, bireyin grup içindeki davranışının, yalnızkenki davranışından farklı olduğunu göstermişti (örneğin, Triplett,1897; Moede, 1920 ve Allport, 1920). Ancak Allport özellikle grup içinde yapılan işin miktarının artması bulgusunu esrarlı bir *grup ruhu* kavramı ile değil de daha görgül (ampirik) bir kavram olan *sosyal hızlandırma* ile açıklamıştır. Yani grup halindeyken *bireylerin* çalışmaları hızlanmaktadır. Önemli olan ise, davranışın gene birey düzeyinde söz konusu olmasıdır.

1920'lerde önce psikolojik sonra da diğer yakın bilim dallarında davranışçılık akımının hâkim olmasıyla, pozitivizm ve deneysel yöntem büyük önem kazandı. Bu gelişmelerle birlikte grup zihni kavramının da yok olmaya yüz tuttuğunu görüyoruz.

Şöyle ki, bu dönemden sonra, psikologlar ve özellikle sosyal psikologlar felsefi *grup zihni*ne saplanmadan *sosyal gerçek*le uğraşmanın mümkün olabildiğini anladılar. Lewin'in "Etkisi olan şey gerçektir." sözünde bu genişleyen görüş açısı belirgindir. Bu gerçeği sosyal psikologlar, sosyalleşmiş kişilerin etkileşimlerinde aramaya başladılar. Ancak, bu sosyal gerçeğin nasıl oluştuğu ve nasıl işlediği, artık felsefi bir esrar olmaktan çıkmış, görgül bir araştırma konusu haline gelmiştir. Türk kökenli psikolog Muzafer Sherif sosyal normların oluşumunu incelediği laboratuvar deneyleri ile sosyal gerçeğin görgül bir şekilde araştırılmasına öncülük etmiştir. Muzafer Sherif 'in çalışmalarını üçüncü bölümde "Sosyal Etki ve Uyma" başlığı altında ele alacağız.

BÖLÜM 2

SOSYAL PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARINDA YÖNTEM VE ÖRNEKLER

Birinci bölümde sosyal psikolojiyi tanımlarken bir bilim olduğundan söz etmiştik. Bu bölümde ise sosyal psikoloji araştırmalarında kullanılan yöntem ve örnekleri inceleyeceğiz.

Bilimsel yöntemin temel mantığı bütün bilim dallarında aynıdır; bilimden bilime değişen ise kullanılan teknikler ve cevaplanmaya çalışılan sorulardır. Sosyal psikoloji de genel bilimsel yaklaşımı diğer bilimlerle paylaşır. Ancak kullandığı çeşitli tekniklerle ve çalıştığı konularla diğer sosyal ve doğa bilimlerinden ayrıldığı noktalar vardır.

Sosyal psikologları ilgilendiren, araştırmalarına konu olan sayısız problem ve soru akla gelebilir. Bunlar genellikle kişinin içinde bulunduğu durumu nasıl algıladığı, kişiler arası ilişkiler, toplum içindeki kişi ya da grubun davranışı, bu davranışın diğer kişi ve gruplara etkisi, tutum ve değerlerle davranış arasındaki karşılıklı ilişkiler; yani kısaca toplum-grup-birey üçlü düzeyindeki olayların karşılıklı etki durumu ile ilgilidir.

Bazı klasik araştırma örnekleriyle, dünyada ve Türkiye'de sosyal psikologları ilgilendiren, onları araştırmaya yönelten konu ve soruların birkaçını kısaca ele alalım. Bu bize, sosyal psikolojinin günümüzdeki çalışma alanı hakkında da bir fikir verebilir.

Son yıllarda dünyamızı tehdit eden nüfus artışı bir süredir özellikle nüfus bilimi araştırmaları ile incelenmektedir. Sosyal psikologlar da bu soruna eğildiler ve cevapları hala tam olarak bilinmeyen şu soruları sordular: İnsanlar niçin çocuk sahibi olmak isterler? Bu istek, kişiden kişiye, gruptan gruba, toplumdan topluma farklılık gösterir mi? Dokuz ülkede yapılan karşılaştırmalı bir araştırmada (Fawcett, 1973), çocuğun, aile ve ana-babanın hangi ihtiyaçlarını karşıladığı, başka bir deyişle çocuğun değeri ve çocuk sahibi olmak istemenin temelinde yatan güdülenme öğrenilmeye çalışıldı. Bu araştırmanın bir kolu "Çocuğun Değeri Araştırması" adıyla Türkiye'de de 30 yıl arayla yapılan iki araştırma ile gerçekleştirildi (Kağıtçıbaşı, 1980; Kağıtçıbaşı ve Ataca, 2005). Elde edilen bilgiler, aile planlaması çabaları ile doğrudan ilgilidir.

Sosyal psikologları ilgilendiren, araştırmaya yönelten davranış türlerine bir diğer örnek olarak New York şehrindeki bir cinayet olayını gösterebiliriz. Genç bir kadın

apartmanında öldürüldü. Polis raporlarına göre, komşu apartmanlardan en az 38 kişi ya olayı gördü ya da imdat seslerini duydu; fakat hepsi olaya seyirci kaldı. Bir kişi bile yardıma koşmadı, polise telefon eden dahi olmadı. Amerika'da bir şok etkisi yapan ve büyük şehir yaşamı hakkında çeşitli yorum ve tartışmalara neden olan bu olay, iki sosyal psikoloğun seri araştırmalara girişmesine yol açtı (örneğin, Darley ve Latanei 1968). Bu araştırmalarda, hangi durumlarda kişilerin başkalarına yardım ettiği, hangi durumlarda etmediği öğrenilmeye çalışıldı.

Sosyal psikologları ilgilendiren konulara üçüncü bir örnek sosyal biliş ve sosyal algı olgularıdır. 1970'lerden itibaren sosyal psikolojideki kuram ve araştırmaların ana odağı sosyal algı ve bilişsel süreçler olmuştur. Bu olgularla ilgili sosyal psikologların sorduğu sorular şunlardır: Birey kendi ve başkasının davranışını nasıl algılar? Sosyal davranışa neden olan bilişsel etkenler nelerdir? Bu sorular pek çok araştırmaya yön vermiştir. Tversky ve Kahneman araştırmalarını bu konuda yapılmış araştırmalara örnek olarak verebiliriz. Tversky ve Kahneman (örn. 1973, 1974) yaptıkları araştırmalar sonucunda insanların olayları ve davranışları anlamak için bir sebep ararken kullandıkları basit *kestirme stratejilerini* belirlemişler ve bu stratejilere *zihinsel kestirme yöntemler* adını vermişlerdir. Temsile dayanan kestirme yöntem, ulaşılabilirliğe dayanan kestirme yöntem, dayanak ve adaptasyon kestirme yöntem bu stratejilere örnek olarak gösterilebilir. Bu kestirme yöntemlerine Sosyal Biliş bölümünde daha ayrıntılı bir şekilde değinilecektir.

Sosyal psikolojinin bazı klasik konuları şu şekilde sıralanabilir: Sosyal biliş, sosyal güdülenme; sosyalleşme süreci (yani çocuğun toplumun bir ferdi olması); benlik ve sosyal kimlik; dil ve bilişsel faaliyetler; tutumlar; değer hükümleri; etkileyici iletişim; kişilerarası algı ve etki; grup süreci ve dinamiği; liderlik; sosyal çevre ve kültür ilişkileri. Bu liste bize günümüzde sosyal psikolojinin çok çeşitli konular üzerinde çalıştığını göstermektedir. Aynı zamanda, sosyal psikolojinin diğer sosyal bilimlerle birçok alanlarda kaynaştığını ve bugün sosyal bilimlerde "disiplinlerarası" yaklaşımın geçerli olduğunu da söyleyebiliriz.

Yukarıdaki sorular yalnız sosyal psikologlar ve diğer sosyal bilimciler tarafından sorulan sorular değildir. Günlük hayatımızda da karşılaştığımız çeşitli sorunlar bizi benzer soruları sormaya yöneltir. Fakat böyle sorular sorma, hatta bu sorulara cevap bulma, herkesi sosyal bilimci yapmaz. Aynı şekilde toplum içinde insan davranışı sadece sosyal bilimciler tarafından incelenmemiştir. Örneğin, sosyal bilimler ortaya çıkmadan yazılmış pek çok değerli felsefi eser, insan davranışının nedenlerine inebilmiş, toplum ve insanı anlamaya çalışmıştır. Ancak bu tip eserler yaratan pek çok şair, yazar ve filozof sosyal bilimci değildir. Aradaki fark nedir? Bu sorunun cevabı, bu kişilerin sorularına cevap ararken "bilimsel yöntem" kullanmıyor olmalarıdır. Sosyal psikolojide kullanılan yöntem ve tekniklere girmeden önce, bilimsel yöntemin temel mantığını incelemek yararlı olur.

Bilimsel Yöntemin Mantığı

Bilimsel yöntemin özelliklerine değinmeden önce, bizim için önemli olan ve bu kitabı okurken de sık sık karşılaşacağınız bilim, kavram, hipotez, kuram (teori) tanımlamalarını bilmeniz gerekir.

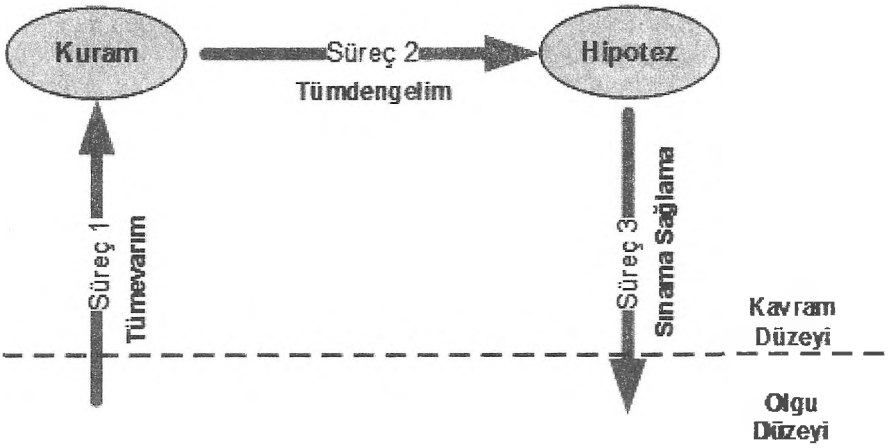
Bilim bir düşünme ve sorulara cevap arama yöntemidir. İncelenmekte olan olaylar arasındaki ilişkileri ve bu olayların nedenlerini geçici olarak açıklayan fikirlere, yargılara veya tahminlere ise *hipotez* adı verilir. Hipotezler yapılan çalışmalarla ya doğrulanır ya da çürütülür. *Kuram (teori)* bir olguyu veya olgular arasındaki ilişkiyi sistematik bir biçimde açıklayan genel bilgi ve açıklama düzenidir.

Kuramlar, çeşitli çalışmalarda test edilen birbirleriyle ilişkili hipotezlerin desteklenmesi ile oluşturulur. Olguları açıklamakta ve yordamakta (tahmin etmekte) kullanılırlar. Ayrıca her yeni çalışmada test edilen hipotezler de gene var olan kuramlardan yola çıkarak oluşturulur. Bilimsel yöntem, kuramların sürekli test edilip desteklenerek kuvvetlenmesini ya da var olan olguları da kapsayacak şekilde güncellenmesini veya çürütülmesini gerektirir.

Bilimsel yöntemin önemli bir özelliği, *döngüsel* olmasıdır. Bu döngü, olgularla başlar, kuram, hipotez ve tahminlerden geçerek tekrar yeni olgulara doğru yönelir. Burada *olgu* terimi, değişik gözlemciler tarafından tekrarlanılan aynı gözlem sonucu anlamına gelmektedir.

Bilimsel yöntemin döngüsel niteliğine bağlı olarak üç ayrı önemli süreci de içerdiğini görüyoruz. Bunlardan ikisi temel mantık süreçleri olan tümevarım ve tümdengelimdir. Üçüncü ise bunların doğal sonucu olan sınama sağlamadır. Buradaki genel yaklaşım şu şekilde açıklanabilir. 1) Gözlemi yapılan olgulardan bu olgulara uygun bir kuramın geliştirilmesi (tümevarım). Yani burada tek tek gözlenen çeşitli olaylardan bunları açıklayan ortak, temel bir ilkeye ulaşma çabası vardır. Bu ilk süreç kendi başına yeterli değildir; çünkü akıllı kuramcılar aynı olayları açıklayan birçok kuram geliştirebilirler. Bundan ötürü ikinci süreç gereklidir. 2) Birinci süreçle ortaya konan kuramın çıkarsamalarının oluşturulması (tümdengelim). Burada, kuramdan yola çıkarak belirli durumlarda ne olabileceğine dair tahminler, hipotezler ortaya konur. Bu süreç de gene soyut, kuramsal düzeydedir. 3) Üçüncü süreçte olgular düzeyine dönüş vardır. Burada yeni gözlemler toplanarak, ikinci süreçle (tümdengelimle) yapılan tahminlerin doğru olup olmadığı saptanır, yani *hipotez sınaması* yapılır. Çoğu zaman tahminlerle, sınama için kullanılan gözlem sonuçları arasında bazı farklar olduğu görülür. Böyle durumlarda, bu farklar yeni olgular haline gelerek, kuramın değiştirilmesine ve giderek tekrar tümevarım–tümdengelim–sağlama süreçlerini içeren yeni bir döngüye temel teşkil eder. Bilimsel yöntemin üç süreci ve döngüsel niteliği Şekil 2.1'de gösterilmiştir.

Şekil 2.1
Bilimsel Yöntem'in Üç Süreci



Bilimsel Yöntemin Özellikleri

Aslında bilimsel yöntemin ne olduğunu daha iyi anlamak için, temel özelliklerini bilmek gerekir.

- Bilimsel yöntem *ampirik* (görgül) bilgi sağlar. Sorulara cevap ararken, sezgiler veya sağduyu değil, algılanabilen, deneyime dayalı veriler toplanır. Sonra bu veriler analiz edilerek sonuçlara ulaşılır.
- Bilimsel yöntem *sistematiktir*. Bilimsel metodun uygulanmasında önceden belirlenmiş, rasyonel ve sistematik bir işlemler dizisi izlenir. Bu diziye genel olarak "araştırma" denir.
- Bilimsel yöntem *nesneldir*. Araştırmacı kendi kişisel tercih veya yargılarından yola çıkarak değil, objektif bir şekilde ölçtüğü verilerin analizi ile sonuçlara ulaşır.
- Bilimsel yöntem *sınanabilir, yanlışlanabilir*. Var olan yöntemlerle deneye dayalı veri toplanamayan ve test edilemeyen sorular bilimsel sorular değildir. Ayrıca araştırmacı bir çalışma sonunda verdiği cevapların her zaman için yanlışlanabileceğini kabul eder. Bilimsel yöntemle elde edilen sonuçlar her zaman için geçicidir ve yeni bilgiler ışığında sürekli kendi hatalarını düzeltir.
- Son olarak bilimsel yöntemle varılan bilgiler *genelleştirilebilir*. Bilimsel yöntem tek bir bireyi değil, bireyleri anlamaya çalışır.

Bilimsel yöntemin özelliklerinden konuşurken saf (temel) ve uygulamalı bilim kavramlarından da söz etmek gerekir. *Saf bilimin* amacı insanların neden belirli bir şekilde davrandıklarını anlamaktır. Buradaki tek sebep bilimsel meraktır. *Uygulamalı*

bilim ise özellikle sosyal veya psikolojik bir problemi çözmeye yöneliktir. Sosyal psikolojide saf ve uygulamalı bilim arasındaki çizgi çok kesin değildir. Pek çok araştırmacı kendini saf veya uygulamalı araştırmacı olarak tanımlasa da, bu gruplar birbirinden bağımsız değildir. Saf bilim alanındaki pek çok gelişme, ilk anda faydalı gözükmese de, sonrasında uygulamalı bir problemi çözmede kullanılmıştır.

Sonuç olarak, bilimsel yöntem, bir konu veya olay hakkında güvenilir ve genelleştirilebilir bilgiler üretmeye yarayan bir yöntemdir. Bilimsel yöntem eleştirel bir düşünce tarzı gerektirir. Sosyal bilimciler, bilimsel yöntemi insan davranışları ve sosyal olguları anlamak, açıklamak ve sosyal problemleri çözmek için kullanırlar.

Bilimsel Araştırmanın Amaçları

Bilimsel yöntemi açıkladıktan sonra, bu yöntemi kullanan araştırmaların amaçlarını kısaca sıralayalım:

a) Olayların Betimlenmesi

Betimleme çoğu zaman sosyal olguları düzenlemek, sınıflamak üzere yapılır. Sınıflama, olayların aralarındaki ilişkileri bulmaya doğru önemli bir adımdır. Betimleme "olayların ne olduğunun", "sürecin nasıl olduğunun", ve olayların "ne" olduklarının bir resminin çizilmesini ve bu sayede karmaşık sosyal olguların anlaşılabilir hale getirilmesini sağlar.

b) Olaylar Arasındaki İlişkileri Bulup Çıkarma

Burada korelasyonlardan[1] faydalanarak çeşitli olayların birbirleriyle ilişki derecesi incelenir. Örneğin, daha fazla kitap okuyanların daha iyi Türkçe konuşma yetisine sahip olması gibi.

İlişki saptanması, bize sebep-sonuç belirleme olanağını vermez, çünkü birbiri ile ilişkin olarak değişiklik gösteren iki olay, birbirlerine nedensel bir bağla bağlı olmayabilir. Örneğin, çocukların boylarıyla kiloları arasında bir ilişki vardır, ama ne kilo boyun, ne de boy kilonun nedenidir. Her ikisi de başka bir nedene dayanır: yaş.

c) Olayları Anlama ve Açıklama

Burada amaç, nedensel ilişkilere varmaktır. Örneğin, yukarıdaki belli bir yöre halkının belirli bir şekilde oy vermesinin açıklanması için bazı kuramlar ortaya atılıp sınanabilir. Bunun sonucundada olaylar arasındaki nedensel ilişkiyi anlamaya başlayabiliriz. Bilimde en temel amaç nedensel ilişkileri açıklamaktır.

---

[1] Korelasyon, iki değişkenin birbiriyle ilişki derecesini belirten bir istatistiktir.

d) Olayların Önceden Tahmini

Bu tahmin, yukarıdaki (b)'ye de (c)'ye de dayanabilir. Örneğin, o yöre halkı son birkaç seçimde belirli bir partiye oy verdiği için bu seçimde de o partiye oy verecektir diye bir tahmin yürütebiliriz. Burada, o yöre halkının niçin o partiye oy verdiğini anlamadan sadece gözlemi yapılmış ilişkilere dayanarak (b) ampirik (görgül) bir tahmin yapmaktayız. Diğer yandan, daha ileri düzeydeki tahmin, (c)'ye dayanan ussal (rasyonel) tahmindir. Örneğin, o yöre halkının, belirli gereksinmeleri ve sosyo-ekonomik özelliklerinden ötürü bu partiye oy vereceğini tahmin edebiliriz. Bu tahmin, olayın nedenlerini anlamamıza bağlıdır.

e) Olaylara ve Sosyal Politikalara Etki Etme

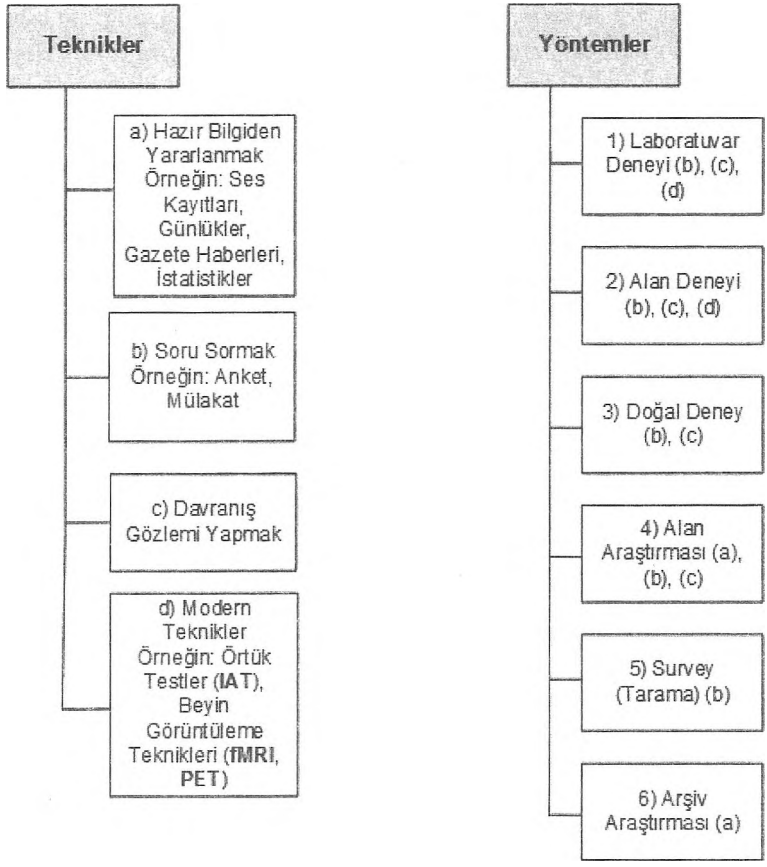
Bilimin uygulamadaki en önemli amacı olaylara etki etmektir. Örneğin çeşitli temel veya uygulamalı araştırmalarla, annelerin eğitim durumlarının çocuklarının gelişimine katkılarının belirlenmesinden sonra anneler için bir eğitim programı düzenlenerek katılımlarının sağlanması hedeflenebilir. Hatta bu eğitim programları bazı sosyal politikalar ile ülke çapında yaygınlaştırılabilir.

Sosyal bilimlerin araştırdığı olaylar çok karmaşık ve çok nedenli olduğundan, olayları tamamen kontrol etmek veya değiştirmek pek olası değildir, dolayısı ile bu bilimlerde kontrolden ziyade olaylara etki etme amaçlanmaktadır. Bu dahi, çoğu zaman erişilemeyen bir amaç olabilmektedir. Örneğin, sosyal bilimler insanlar ve uluslar arasındaki çatışmaları, yoksulluğu, nüfus patlamasını, vb. sorunları etkilemekten aciz görünmektedir. Bu durum bize, sosyal bilimlerde daha etkin araştırmaların ne kadar gerekli olduğunu göstermektedir. Bununla beraber, son yıllarda yapılan araştırma ve uygulama çalışmalarının sosyal politikalar, eğitim ve gelişimde giderek artan etkisi de göz ardı edilemez (örn. Kağıtçıbaşı, 1998).

Sosyal Psikolojinin Temel Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri

Yöntem ve *teknik* kavramları arasında bir ayrım yapmamız gerekir. *Araştırma yöntemi*, araştırmanın amacını gerçekleştirebilmek için kullandığı genel yaklaşımdır. Sosyal psikolojide kullanılan temel araştırma yöntemleri aşağıda özetlenmektedir. *Araştırma tekniği* ise, araştırma yönteminin gerçekleştirilebilmesi için kullanılan bilgi toplama aracıdır. Bir yöntem çerçevesinde bir ya da daha çok araştırma tekniği kullanılabilir (bkz. Şekil 2.2).

Şekil 2.2
Araştırma Teknikleri ve AraştırmaYöntemleri


Teknikler
a) Hazır Bilgiden Yararlanmak Örneğin: Ses Kayıtları, Günlükler, Gazete Haberleri, İstatistikler
b) Soru Sormak Örneğin: Anket, Mülakat
c) Davranış Gözlemi Yapmak
d) Modern Teknikler Örneğin: Örtük Testler (IAT), Beyin Görüntüleme Teknikleri (fMRI, PET)
Yöntemler
1) Laboratuvar Deneyi (b), (c), (d)
2) Alan Deneyi (b), (c), (d)
3) Doğal Deney (b), (c)
4) Alan Araştırması (a), (b), (c)
5) Survey (Tarama) (b)
6) Arşiv Araştırması (a)

Sosyal psikolojide kullanılan araştırma *tekniklerini* üç genel gruba ayırabiliriz: hazır bilgiden yararlanmak, insanlara sorular sormak ve insan davranışlarının gözlemini yapmak. Birçok araştırmada birden fazla veri toplama tekniğinin birlikte kullanıldığını görebiliriz Bu, arzu edilen bir durumdur; çünkü bu tekniklerin her biriyle edinilen bilgiler biraz farklı ve birbirini tamamlayıcı niteliktedir.

Son yıllarda psikoloji bilimindeki ilerlemeler ve teknolojideki gelişmelerin sonucu olarak bu tekniklere yenileri eklenmiştir. Bunları dördüncü bir grup olarak modern teknikler başlığı altında toplayabiliriz. Örneğin, tutumların ölçülmesinde sıkça kullanılan örtük (implicit) teknikler, psikolojik değişkenleri denekler farkına varmadan ölçmeye olanak tanır. Bir diğer grup olarak ele alabileceğimiz beyin görüntüleme teknikleri ise özellikle sosyal sinirbilimciler tarafından sıkça kullanılmaktadır.

Dört genel veri toplama tekniğini gözönünde bulundurarak sosyal psikolojik araştırmaların *yöntemlerini* incelediğimiz zaman bu yöntemlerin altı grupta toplanabileceğini görürüz: laboratuvar deneyi, alan deneyi, doğal deney, alan araştırması, survey (tarama) ve arşiv araştırması. Şekil 2.2, dört veri toplama tekniği ile bunların en sık hangi yöntemleri kullanan araştırmalarda geçerli olabileceğini (harflerle) göstermektedir.

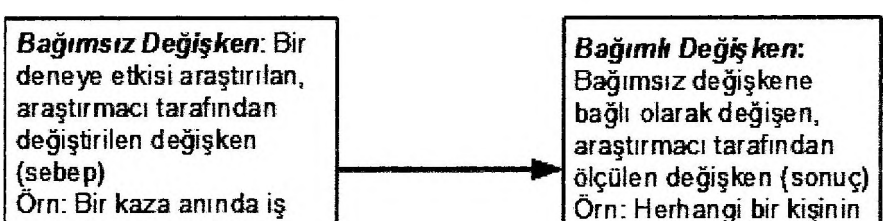
Sosyal psikolojinin diğer sosyal bilimlerle de paylaştığı bu yöntemleri birer örnekle incelemek faydalı olacaktır. Yöntemlerin ele alınış sıraları, araştırma şartlarının araştırmacı tarafından kontrol edilebilme derecesini de gösterir. Şöyle ki, laboratuvar deneyinde en çok kontrol, arşiv araştırmasında ise en az kontrol mümkündür.

1. Laboratuvar Deneyi

Laboratuvar deneyi, bilimsel yöntemin temel mantığının, araştırmaya en etkin bir şekilde uygulanmasını sağlar. Laboratuvar deneyi için şartlar, yüksek kontrol düzeyi ve kesinliktir. Laboratuvar deneyinin en belirgin özelliği değişkenler arasındaki nedensel ilişkiyi ortaya çıkarmasıdır.

Deneysel yöntemi anlamak için değişken, bağımsız değişken ve bağımlı değişken kavramlarını iyi bilmek gerekir. Bir laboratuvar deneyinde, *değişken* gözlenebilen ve farklı değerler alabilen özelliklerdir. Aslında bir araştırmada anlaşılmak istenen tüm kavramlar; davranış, olgu, süreçler birer değişkendir. *Bağımsız değişken* etkisi araştırılan ve araştırmacı tarafından bilinçli bir şekilde değiştirilen değişken ya da koşuldur. *Bağımlı değişken* ise; bağımsız değişkendeki değişiklikten etkilenen değişken olarak tanımlanır.

Şekil 2.3
Bağımlı-Bağımsız Değişken


Bağımsız Değişken: Bir deneye etkisi araştırılan, araştırmacı tarafından değiştirilen değişken (sebep)
Örn: Bir kaza anında iş yerinde bulunan insan sayısı
Bağımlı Değişken: Bağımsız değişkene bağlı olarak değişen, araştırmacı tarafından ölçülen değişken (sonuç)
Örn: Herhangi bir kişinin yardım etme olasılığı

Araştırma boyunca sabit tutulan ve değiştirilmeyen, sonuca etki edebilecek değişkenlere ise *kontrol değişkeni* denir. Araştırmacının laboratuvar deneyi yönteminde yaptıklarını üç noktada özetleyebiliriz:

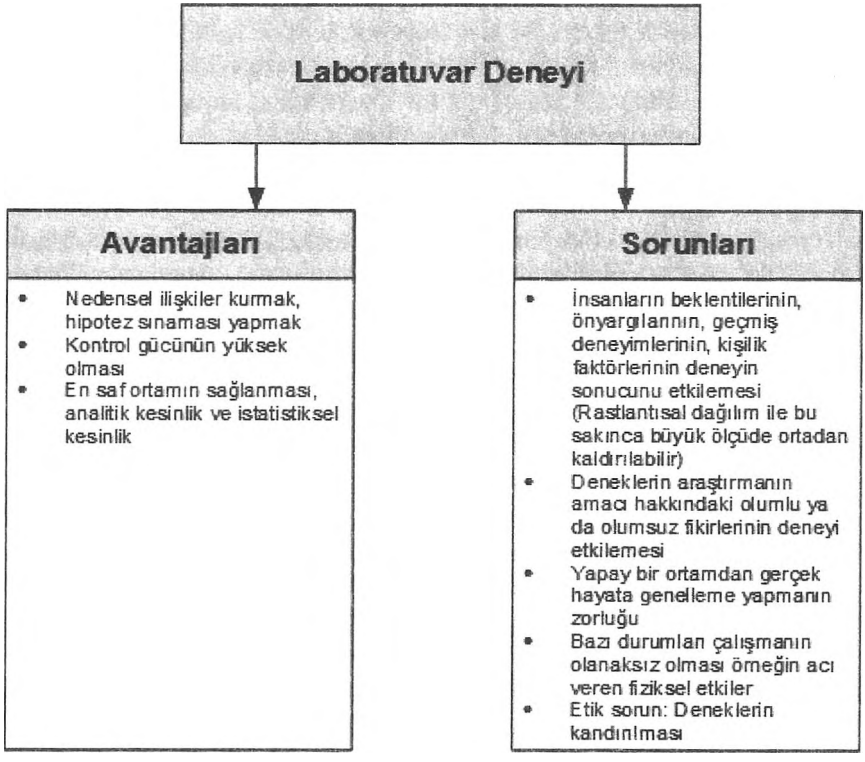
(a) araştırmayı, eldeki hipoteze ve araştırma amacına göre ayrıntılarıyla tasarlamak,

(b) bağımsız değişkenleri sistemli bir şekilde değiştirmek,

(c) bu değişkenler dışında, sonuca etki edebilecek başka değişkenleri kontrol etmek.

Deney yönteminde, bağımsız değişken sebep, bağımlı değişken de sonuç olarak düşünülüp, ikisi arasında belirgin bir nedensel ilişki kurulur. Bu nedensel ilişkinin varlığından emin olabilmek için, bu sonucu başka bir faktörün değil de, araştırmacının özellikle değiştirdiği bağımsız değişkenin meydana getirdiğini göstermek gerekir. Bundan dolayı, aynı sonucu ortaya çıkarabilecek diğer etkenler kontrol altına alınır. Neden-sonuç ilişkisi böylece araştırma sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Şekil 2.4
Laboratuvar Deneyi


Laboratuvar Deneyi
Avantajları
• Nedensel ilişkiler kurmak, hipotez sınaması yapmak
• Kontrol gücünün yüksek olması
• En saf ortamın sağlanması, analitik kesinlik ve istatistiksel kesinlik
Sorunları
• İnsanların beklentilerinin, önyargılarının, geçmiş deneyimlerinin, kişilik faktörlerinin deneyin sonucunu etkilemesi (Rastlantısal dağılım ile bu sakınca büyük ölçüde ortadan kaldırılabilir)
• Deneklerin araştırmanın amacı hakkındaki olumlu ya da olumsuz fikirlerinin deneyi etkilemesi
• Yapay bir ortamdan gerçek hayata genelleme yapmanın zorluğu
• Bazı durumlarda çalışmanın olanaksız olması örneğin acı veren fiziksel etkiler
• Etik sorun: Deneklerin kandırılması

Laboratuvar deneyinin bu özelliklerini bundan önce konu bakımından kısaca değindiğimiz bir örnekle inceleyelim. Daha önce sözünü ettiğimiz New York'taki cinayet olayının sosyal psikologlar tarafından seri araştırmalara yol açtığını söylemiştik. Bu araştırmaları yapan Darley ve Latane, Şekil 2.1'deki süreçler doğrultusunda cinayet olayından (olgu, gözlem düzeyi) birkaç kuramsal hipotez çıkarttılar. Bunların içinde en önemlisi toplum içinde "sorumluluğun dağılması" idi. Yani, bu kavramı, 38 kişinin cinayete seyirci kalması olayını açıklayıcı kuramsal *hipotez* olarak ortaya attılar (tümevarım).

Sonra, bu kuramın mantıksal sonuçlarını çıkardılar ve bu hipotezi sınayıcı bir laboratuvar deneyinde ne olacağına dair bir tahmin yürüttüler (tümdengelim). Bu araştırmalar sonucunda geliştirilen *kuram* şöyleydi: Bir sorun ya da kaza halinde, olay yerindeki insanların sayısı ne kadar fazla ise, herhangi birinin yardım etme olasılığı o kadar azdır (Darley ve Latane, 1968).

Yukarıdaki hipotezi sınamak için araştırmacıların yaptığı deneylerden birisindeki süreç şu şekilde işledi: Araştırma denekleri üniversite öğrencileriydi. Bu öğrenciler teker teker küçük odalarda birbirlerini görmeden oturdular. Bir telefon sistemiyle odadan odaya haberleşme sağlandı. Araştırma planına göre üç farklı durum yaratıldı. Bu durumlardan birinde deneklere iki kişi oldukları, birinde üç kişi oldukları, birinde de altı kişi oldukları söylendi. Telefon sistemindeki sesler de ona göre ayarlandı. Deneklere her üç durumda da yapacakları işin büyük şehirdeki üniversite hayatında öğrencilerin karşılaştıkları problemler konusunda telefon sistemi ile yapılacak bir grup tartışmasına katılmak olduğu söylendi. Tartışmanın başında deneklerden biri (aslında araştırmacının asistanı) çekingen bir sesle bazen zor durumda kalıp heyecanlandığı zaman epilepsi (sara) nöbetine benzer bir nöbete maruz kaldığını, karşılaştığı bir problem olarak anlattı. Az sonra söz sırası tekrar kendisine geldiğinde önce düzgün konuşurken yavaş yavaş konuşması bozuldu, nefes nefese kaldığını belli eden sesler arasında o anda nöbetin başladığını zorlukla söyledi ve yardım istedi (Darley ve Latane, 1968).

Hatırlanacağı gibi, araştırmacılar, grup sayısı büyüdükçe bireyin yardım etme olasılığının azalacağını tahmin etmişlerdi. Hastadan başka tek bir denek olarak kendilerinin bulunduğunu düşünen deneklerin % 85'i hastanın nöbetinin başlamasından hemen sonra odalarından çıkıp hastanın yardımına koştular. Hastadan başka kendileriyle birlikte başka deneklerin odalarda bulunduğunu düşünen deneklerde ise yardım etme davranışı % 31'e indi. Sonuçlardaki bu farklılık, araştırmacıların tahminini doğruladı. Deney, farklı deneklerve farklı durumlar kullanılarak birçok kere tekrarlandı. Bu tekrarlamalarda da benzer sonuçlar alınmasından sonra Darley ve Latane, "görgü tanıklarının etkisi" (bystander apathy) kuramını kurguladı.

Sosyal bilimler içinde en çok psikoloji (özellikle sosyal psikoloji, gelişim psikolojisi ve bilişsel psikoloji alt dalları) laboratuvar deneyini kullanmaktadır. Birçok bilim felsefecisi, psikolog ve sosyal psikoloğa göre, bilimsel yöntemle deney yöntemi aynı şeydir. Bu görüş deneysel olmayan araştırmalarla bilimin gelişemeyeceği sonucuna

varmaktadır ve elbette aşırıdır. Ancak, herkesin üstünde birleştiği konu, kuramsal gelişme için hipotez sınamasının önemli olduğu; hipotez sınamasının da en etkili bir şekilde deney yöntemiyle gerçekleştirildiğidir.

Laboratuvar deneyi yönteminde amaç gerçek hayatı laboratuvarda yaratmak ya da taklit etmek değildir. Esas amaç, etkenleri ayırmak, mümkün olan en saf bir ortamda bu etkenlerin bazılarını tek tek sistemli bir şekilde değiştirmek, bazılarını kontrol ederek değişmez hale getirmek ve çeşitli etkileri en saf bir şekilde ortaya koymaktır. Fizikte, havası alınmış deney tüpündeki saflıkla buradaki durum arasında bir benzerlik kurabiliriz.

Laboratuvar deneylerinde, sağlıklı sonuca ulaşabilmek için dikkat edilmesi gereken birkaç nokta vardır. Şimdi bu noktaları gözden geçirelim.

Laboratuvar deneylerinde, deneklerin, deneyin farklı durumlarına rastlantısal şekilde dağıtılması gerekir. Buna *rastlantısal dağılım* adı verilir. Bu, deneklerin *yalnızca* araştırmada kullanılan bağımsız değişken açısından birbirlerinden farklı olmasının sağlanması açısından şarttır. Yani, buradaki esas amaç, deneklerin kişisel özelliklerinin deneyin sonucunu etkilemesine engel olmaktır. Deneklerin, rastlantısal olmayan bir şekilde gruplara dağıtılması bağımsız değişken(ler)le başka değişken(ler)in etkileşim içine girip sonucu etkilemesine neden olabilir. Örneğin, deneydeki bir gruba, sadece üniversite 1. sınıf öğrencileri, diğer gruba da 4. sınıf öğrencileri alınırsa, iki grup arasındaki hoşgörülü tutum farkları sadece etkileri incelenen bağımsız değişkenden değil, bir diğer etkenden, örneğin "yaş"tan dolayı da olabilir. Bu da, laboratuvar deneyinin "saf" ortamını yok eder. Demek ki, deneklerin farklı gruplara rastlantısal olarak dağıtılması, sonucun başka değişkenlerden değil, bağımsız değişkenden dolayı ortaya çıkmış olduğunu gösterir. Hangi deneğin, hangi deney grubuna katılacağına tamamen rastlantısal olarak karar vermek, denekleri ya yazı-tura atarak ya da rastlantısal sayılar çizelgesi kullanarak gruplara ayırmakla olur. Böylece deneklerin hepsi, deneyin herhangi bir grubuna girmede eşit şansa sahip olacaktır. Bu özellik, laboratuvar deneylerini diğer araştırma yöntemlerinden ayıran en önemli özelliktir.

Şöyle bir örneği ele alalım: "Çocukların televizyonda şiddet içeren programlar seyretmeleri, saldırgan davranışlarda bulunmalarına neden olur mu?" sorusuna bir laboratuvar deneyi olmaksızın cevap vermek çok güçtür. Evlerinde şiddet içeren televizyon programları seyreden çocukların saldırgan davranışlar sergiledikleri gözlenerek şiddet içeren programların olumsuz etkisinden söz edilebilir; ancak bunun nedeni o çocukların zaten saldırgan bir yapıya sahip olmaları da olabilir. Bu çocuklar belki de saldırgan oldukları için şiddet içeren televizyon programlarını tercih ediyordur. Bu çocuklar saldırgan program seyretmedikleri koşulda da aynı tür davranışlarda bulunuyor olabilirler. Şiddet içeren televizyon programlarıyla saldırgan davranışlar arasındaki nedensel ilişkiyi bulmak için yapılacak bir laboratuvar deneyinde ise, çocukları rastlantısal olarak iki farklı gruba ayırma yoluyla bu soruya cevap aranabilir. Bir

grupta çocuklara şiddet içeren bir televizyon filmi izletilirken, diğer grupta hiçbir şiddet ve saldırganlık öğesi içermeyen bir başka film izletilebilir. Bu filmlerin, gruplara rastlantısal olarak dağıtılan çocuklar üzerindeki etkisini incelemek daha sağlıklı bir sonuç doğuracaktır. Çünkü burada, hangi çocuğun ne tür bir film izleyeceğini kişisel özellikleri değil, araştırmacının onu hangi gruba koyacağı belirleyecektir. Böyle bir deneyden sonra, eğer şiddet ve saldırganlık içeren film izleyen grup, izlemeyen gruptan daha fazla saldırgan davranışta bulunursa, saldırganlık içeren film izlemenin saldırganlık doğuracağı çıkarımında bulunulabilir. Nitekim aynen bu şekilde bir deney yapan Liebert ve Baron (1972) gerçekten de şiddet içeren TV programını izleyen çocukların diğerlerinden daha fazla saldırgan davranışları olduğunu bulmuştur. Deney yapmadan, sadece gözlemle bu sonuca varmak mümkün değildir.

Laboratuvar deneylerinde dikkat edilmesi gereken bir ikinci nokta da, deneyin *deneysel gerçekliğe* sahip olması gerekliliğidir. Deneysel gerçeklik, deneklerin deneyde olanların gerçekliğine ne kadar inandıkları ve kendilerini ne ölçüde deneyin içinde hissettikleriyle ilgilidir. Eğer, bir deney, deneklerin, deney süresince yaptıkları işi ciddiye almalarını sağlıyorsa, deneklerin kendilerini deneye verme olasılığı artacaktır. Deneysel gerçeklik, deneyin laboratuvar dışındaki dünyaya ne kadar benzer olduğu ile ilgili değildir. Bir deneyin deneysel gerçekliği çok yüksek olabilir, ancak dış dünyayla hiçbir benzerlik taşımayabilir. Örneğin, –Sosyal Etki ve Uyma bölümünde de daha ayrıntılı inceleyeceğimiz– Milgram'ın (1963) ünlü laboratuvar deneyinde, deneklerden bir kişiye gerçek olmayan, ancak gerçek olduğuna inandıkları bir şekilde elektrik vermeleri istenmiştir. Bu deneyin dış dünyayla bir benzerlik göstermediği apaçık ortadadır. Günlük yaşantımızda kimse bizden birilerine elektrik vermemizi istemiyor; ancak bu deneyin deneysel gerçekliği o kadar yüksekti ki, deneyin denekler üzerindeki etkisi oldukça büyüktü ve sonuçları da o oranda önemliydi.

Deneklerin deney gruplarına rastlantısal dağılımı ve deneyin deneysel gerçekliğe sahip olması, deney sonuçlarının sağlıklı olması açısından büyük önem taşır. Bu yüzden tasarladığımız deneylerde bu noktalara dikkat etmemiz gerektiği gibi, başkaları tarafından yapılan deneylerin tasarımlarını okurken de, bu gerekliliklerin ne kadar yerine getirildiğini sorgulamalıyız.

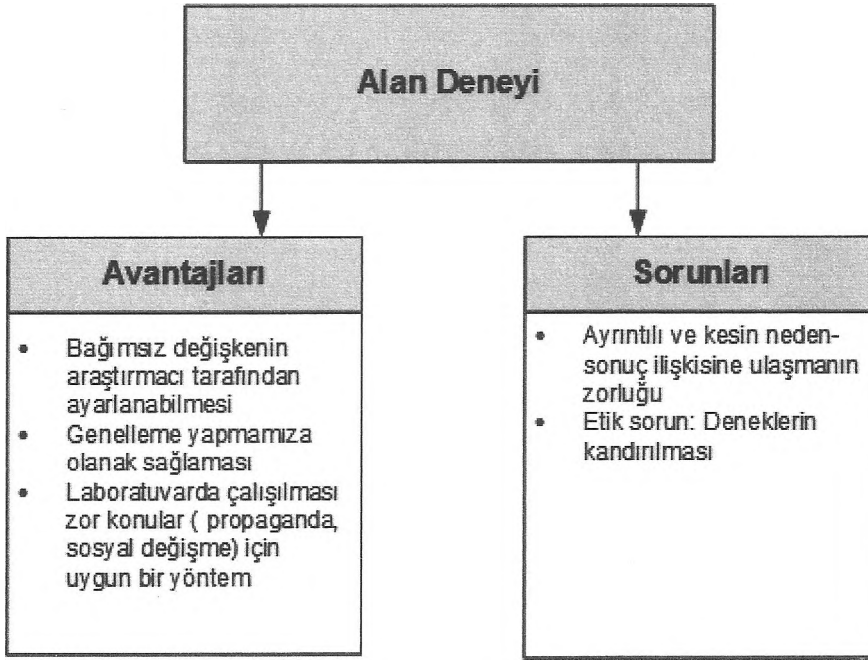
2. Alan Deneyi

Alan deneyi, sosyal bilimlerde deney yönteminin alana uygulanmasıdır. Burada 'alan (field)' terimi, gerçek olayların meydan geldiği ortam anlamını taşır. Alan bir okul, ev, fabrika vb. olabilir. Bu yöntemde araştırmacı laboratuvar deneyini, laboratuvarın dışına, gerçek hayata çıkarır. Denekler, çoğu zaman denek olduklarının farkına varmazlar, dolayısıyla hareket ve tepkileri daha kendiliğinden gelişir ve gerçeğe daha yakın olur.

Alan deneyinde, deney yönteminin en önemli unsuru olan bağımsız değişkenin araştırmacı tarafından sistemli bir şekilde ayarlanması gene söz konusudur. Alan deneyi bu bakımdan laboratuvar deneyine benzerken, doğal deneyden de ayrılır (bkz.

üçüncü araştırma yöntemi). Alan deneyinde ikinci bir önemli unsur da çalışılan sonuçlara, yani bağımlı değişkene etki edebilecek diğer etkenlerin kontrolüdür.

Şekil 2.5
Alan Deneyi


Alan Deneyi
Avantajları
• Bağımsız değişkenin araştırmacı tarafından ayarlanabilmesi
• Genelleme yapmamıza olanak sağlaması
• Laboratuvarda çalışılması zor konular (propaganda, sosyal değişme) için uygun bir yöntem
Sorunları
• Ayrıntılı ve kesin neden-sonuç ilişkisine ulaşmanın zorluğu
• Etik sorun: Deneklerin kandırılması

Alan deneyinin bu unsurlarını bir örnekle irdeleyelim: Kağıtçıbaşı, Bekman ve Sunar (1993) tarafından 1982-86 yılları arasında gerçekleştirilen "Erken Destek Projesi" ve bu projenin "Takip Araştırması"; yetersiz çevrede yetişen çocuğun gelişmesinin eksik kaldığını gösteren çok yaygın bulgulardan yola çıkarak erken yaşta çocuğa destek sağlamanın etkisini incelemiştir. Bu amaçla, İstanbul'un beş düşük gelir düzeyli semtinde çoğu fabrika işçisi olan anneler ve çocuklarıyla bir uygulamalı alan deneyi gerçekleştirilmiştir.

Bu deney için üç anne-çocuk grubu seçilmiştir. Birinci grupta çalışan ve çocukları bakım kurumuna (sadece bakım sağlayan kurumlar) giden anneler; ikinci grupta yine çalışan, fakat çocukları bir eğitim kurumuna (bakım ve eğitimi birlikte sağlayan kurumlar) giden anneler; üçüncü grupta ise çalışmayan ve çocuklarını evde büyüten anneler vardı. Bu gruplardaki anne ve çocuklardan araştırmanın ilk yılında kapsamlı mülakat, gözlem ve test sonuçlarına dayanan durum saptayıcı bilgiler toplanmıştır. Daha sonra her üç gruptan annelerin bir kısmı anne eğitimine alınmıştır. Bu seçim tesadüfi örneklemeyle gerçekleştirildi. Anne eğitimi, bir taraftan annenin çocuğunun

zihinsel gelişimini desteklemesini sağlayan, diğer taraftan da onu çocuğun ihtiyaçlarına duyarlı kılan bir programdı. İki yıllık bu anne eğitimi programı sonunda, anne ve çocuklara tekrar test, mülakat ve gözlemler uygulanmıştır. Böylece eğitim gören ve görmeyen gruplar karşılaştırılmış ve anne eğitiminin etkileri saptanmıştır. Aynı zamanda da bakım kurumu, eğitim kurumu ve ev ortamının çocuğun gelişimine etkileri üçlü bir karşılaştırmayla belirlenmiştir.

Bu projede iki bağımsız değişken kullanılmıştır. Birincisi annenin eğitilmesi, ikincisi de okul öncesi eğitimdir. Bu iki değişkenden herbirinin çocuğun gelişimine önemli katkıları olacağı ve bunların birleşik katkılarının da en fazla yararı sağlayacağı öngörülmüştür. Bağımlı değişken de, çocuğun, yapılan gözlem, mülakat ve testlerle saptanan, bilişsel (zekâ puanı, okul başarısı vb.), sosyal ve kişilik (saldırganlık, bağımlılık-bağımsızlık vb.) gelişimidir.

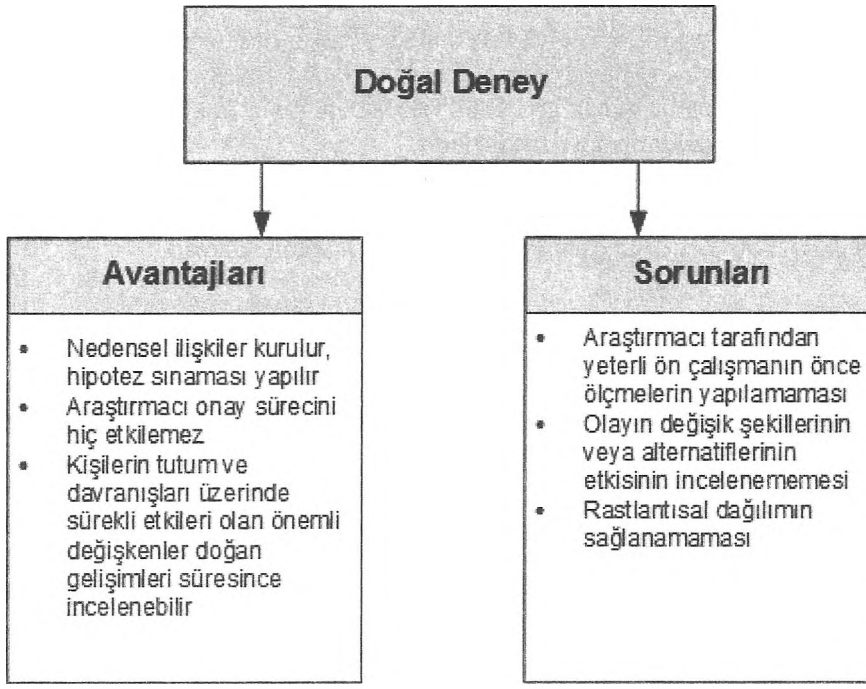
Bu araştırmada görüldüğü gibi, deney yönteminin temel özellikleri alan deneyinde de aynıdır. Bu nedenle, sosyal bilimler içinde, deney yöntemine en yakın olan sosyal psikoloji, aynı zamanda alan deneyini de en çok kullanan sosyal bilim alanıdır.

3. Doğal Deney

Doğal deney, sosyal araştırmalarda kullanılan deney çeşitlerinin üçüncüsüdür. Bu yöntemin laboratuvar ve alan deneyinden önemli bir farkı vardır. Laboratuvar ve alan deneylerinde araştırmacı, etkisini incelemek istediği bağımsız değişkeni kendisi değiştirir ve bu değiştirmenin bağımlı değişken üstündeki etkisini saptamaya çalışır. Doğal deneyde ise, araştırmacı kendiliğinden olan bir değişmenin (bağımsız değişken) sonucunu (bağımlı değişken) inceler, yani burada, araştırmacı, doğal bir değişimi ya da olguyu bağımsız değişken olarak kullanır. Etkisi çalışılan olay herhangi bir şey olabilir. Örneğin, yeni bir kanun, seçimler, bir doğal olay (sel, deprem), zorunlu bir göç vb. gibi kendiliğinden olan bir sosyal olayın, söz gelimi sosyal tutumlar üzerindeki etkisini öğrenmek isteyen araştırmacının, bu tutumları hem o olaydan önce, hem de sonra ölçmesi gerekir ki, aradaki farkı o olayın etkisi olarak kabul edebilsin. Ayrıca, o olaya maruz kalmayan bir kontrol grubunun da deney grubuyla aynı zamanlarda ölçmeye tâbi tutulması gerekir. O sosyal olaya maruz kalan deney grubuyla, kontrol grubu arasında fark görülürse; ancak o zaman bu fark birinci ölçmeyle ikinci ölçme arasındaki zaman farkına değil, o sosyal olayın etkisine bağlanabilir.

Doğal deneyi laboratuvar ve alan deneyinden ayıran önemli başka bir fark da, doğal deneyde deneklerin deney ve kontrol gruplarına dağılımının rastlantısal olamamasıdır. Kendiliğinden oluşan bir olay söz konusu olduğu için, ona maruz kalanlar deney grubunu oluşturur. Bir benzer kontrol grubu da karşılaştırma için araştırmacı tarafından seçilir. Bu iki gruptaki kişiler başka özellikler bakımından da birbirlerinden farklı olabilirler. Bununla ilgili bir şey yapılamaz. Bu nedenle doğal deneyi bir deney yöntemi saymayanlar, bu yöntemi yarı-deney ya da deneyimsi (quasi-experimental) olarak adlandırmışlardır.

Şekil 2.6
Doğal Deney


Doğal Deney
Avantajları
Nedensel ilişkiler kurulur, hipotez sınaması yapılır
Araştırmacı onay sürecini hiç etkilemez
Kişilerin tutum ve davranışları üzerinde sürekli etkileri olan önemli değişkenler doğan gelişimleri süresince incelenebilir
Sorunları
Araştırmacı tarafından yeterli ön çalışmanın önce ölçmelerin yapılamaması
Olayın değişik şekillerinin veya alternatiflerinin etkisinin incelenememesi
Rastlantısal dağılımın sağlanamaması

Bu araştırma yöntemine örnek olmak üzere bir araştırmayı kısaca ele alalım (Kağıtçıbaşı, 1975). Bu araştırmada bir yıl süreyle bir yabancı ülkede yaşama tecrübesi, bağımsız değişken olarak ele alındı. Bir öğrenci değişimi programı çerçevesinde dış ülkeye gönderilen bir grup genç, deney grubunu oluşturdu. Bu gençlere Türkiye'den ayrılmadan önce ve bir yıl sonra yurda geri geldiklerinde geniş kapsamlı bir anket uygulaması yapıldı (önce-sonra araştırma tasarımı). Aynı zamanda, bu bir yıllık süreyi Türkiye'de geçiren benzer bir kontrol grubuna da aynı anket uygulaması yapıldı, böylece araştırma tasarımı "kontrollü önce-sonra araştırma tasarımı" haline getirildi. Bu tasarım iki yıl aynen uygulandı.

Temel olarak, deney grubunun önceki ve sonraki ölçmelerden elde edilen çeşitli ölçek ve endekslerdeki puanları (bağımlı değişken) birbirleriyle karşılaştırıldı. Ancak, sadece bunu yapmakla yetinilseydi, elde edilen önce-sonra farklarının bağımsız değişken, yani dış ülke yaşantısı sonucu mu olduğu, yoksa önce ve sonra ölçmeleri arasında geçen bir yıllık sürede deneklerin normal gelişmeleri sonucu mu olduğu saptanamazdı. Bu nedenle aynı önce-sonra fark puanları kontrol grubu için de hesaplandı

ve deney grubuyla kontrol grubu arasındaki önce-sonra fark puanlarının farkı saptandı. Bu bize, kontrol grubunda görülmeyip deney grubunda görülen değişimi verdi. Bu değişim de (bağımlı değişken) kuşkusuz zaman geçmesinden ötürü değil, dış ülke yaşantısından (bağımsız değişkenden) ötürü meydana gelmiştir.

Burada asıl araştırma konusu "farklar arasındaki fark"tır. Araştırma sonucunda özellikle bazı tutumlar üzerinde, dış ülke yaşantısının önemli bir etkisi olduğu bulunmuştur. Örneğin, bu etkinin sonucunda; dindarlık ve yetkeci (otoriteryen) tutumlarda bir azalma, buna karşılık dünya zihniyetinde ve kişinin kendinden (kendi başına gelen olaylardan) sorumlu olduğuna dair inancında (içten kontrole inançta) bir artma görülmüştür. Bu hususlarda denek grubunun önce-sonra puan farkları, kontrol grubunun önce-sonra puan farklarından daha fazladır.

Bu araştırmanın tasarımından da anlaşıldığı gibi, doğal deney, deney yönteminin, kendiliğinden oluşan bir olaya uygulanmasıdır. Bu nedenle de deney yöntemine önem veren sosyal bilimciler tarafından fırsat çıktıkça kullanılmaktadır.

4. Alan Araştırması

Alan araştırmasında genellikle küçük bir grup ya da toplumun; sosyal yapısı, kişiler ve gruplar arası karşılıklı etkileşimi, kurumları, değerleri vb. sosyal olaylar çalışma konusudur. Alan araştırması derinlemesine, fakat dar kapsamlı bir araştırma yöntemidir. Alan araştırmasında amaç, gözlemi yapılan olayın sürecinin anlaşılmasıdır.

Alan araştırmasında, veri toplama tekniklerinden en çok "davranış gözlemi" kullanılır. Fakat hazır bilgiden faydalanma ve soru sorma teknikleri de bu yöntemde kullanılmaktadır. Alan araştırmasını, sosyal bilimler içinde ise en çok antropoloji kullanır.

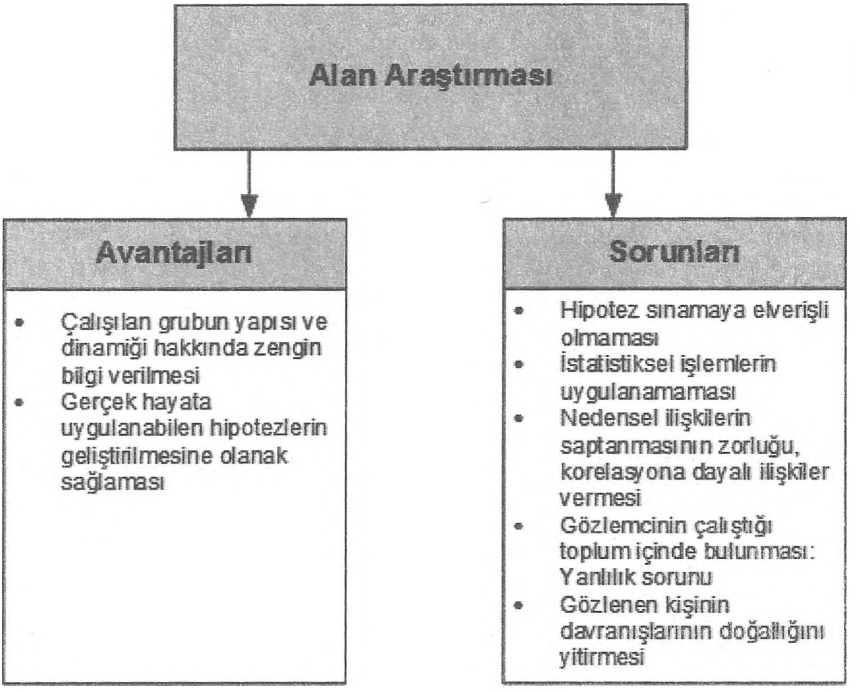
Örneğin, LeVine (1988) çocuk ölümlerinin yüksek olduğu çevrede de, tehlikelerin bulunduğu basit tarımla uğraşan topluluklarda, ana-babaların çocuğu korumak ve yaşamasını sağlamak için sıkı kontroller uyguladığını bulmuştur. Bu tür bir çocuk yetiştirmede itaate yönelik bir yaklaşımın ön plana çıktığı görülmüştür. Çocuğu tehlikelerden korumanın bu kadar ön planda olmadığı durumlarda ise çocuğa serbestlik tanınmaktadır.

Bu yöntemi kullanan araştırmacı, tipik olarak çalışacağı grup ya da toplumun içinde bir süre yaşar, yani, araştırdığı olaylara *katılan bir gözlemci* olur. Ancak bu durumun çalıştığı olaylara etki etmemesi için çaba gösterir.

Alan araştırması yönteminde yukarıda da belirtildiği gibi birçok teknik bir arada kullanılabilir. Örneğin, bilgili kişilere geçmiş olaylar hakkında sorular sorulur, görüşmeler yapılır, mevcut istatistik ve diğer dokümanlar incelenir ve bu şekilde araştırmanın hem geniş kapsamlı olması hem de derinlemesine bilgi vermesi sağlanabilir.

Alan araştırması yönteminde –ileride survey yönteminde de göreceğimiz gibi– çeşitli değişkenlerin aralarındaki ilişkiler korelasyonlara dayanılarak çalışılır. Ancak surveyden farklı olarak burada soru sormanın yanında özellikle gözlem ve hazır bilgiden yararlanma tekniklerinin katkıları büyüktür.

Şekil 2.7
Alan Araştırması


Alan Araştırması
Avantajları
Çalışılan grubun yapısı ve dinamiği hakkında zengin bilgi verilmesi
Gerçek hayata uygulanabilen hipotezlerin geliştirilmesine olanak sağlaması
Sorunları
Hipotez sınamaya elverişli olmaması
İstatistiksel işlemlerin uygulanamaması
Nedensel ilişkilerin saptanmasının zorluğu, korelasyona dayalı ilişkiler vermesi
Gözlemcinin çalıştığı toplum içinde bulunması: Yanlılık sorunu
Gözlenen kişinin davranışlarının doğallığını yitirmesi

Sadece gözlem tekniğini kullanan sosyal psikolojik alan araştırmalarına bir örnek olarak Hall ve Veccia'nın (1990) insanların birbirine dokunmasında yaş ve cinsiyet farkı konusunda yaptıkları bir alan araştırmasını verebiliriz. Hall ve Veccia, asistanlarını şehrin 20 farklı noktasına –metro istasyonları, alışveriş merkezleri, parklar vb. - gönderip, gözlenen çiftlerden kaçının birbirine dokunduğunu, çiftlerin hangi cinsiyetlerden oluştuğunu ve birbirlerine ne şekilde dokunduklarını kaydetmelerini istemişlerdir. Burada yapılan, sadece gözlemek ve neler olduğunu saptamaktan ibarettir. Bu araştırmadan, cinsiyetin ve yaşın dokunma davranışında farklılık yarattığı ortaya çıkmıştır. Karşı cinslerin oluşturduğu genç çiftlerde, genellikle ilk olarak erkeklerin eşlerine dokunduğu, daha yaşlı olan çiftlerde ise kadınların ilk olarak eşlerine dokunduğu gözlenmiştir. Görüldüğü gibi, var olana hiçbir şekilde müdahale etmeden, sadece gözleyerek de bazı sonuçlara ulaşılabilir.

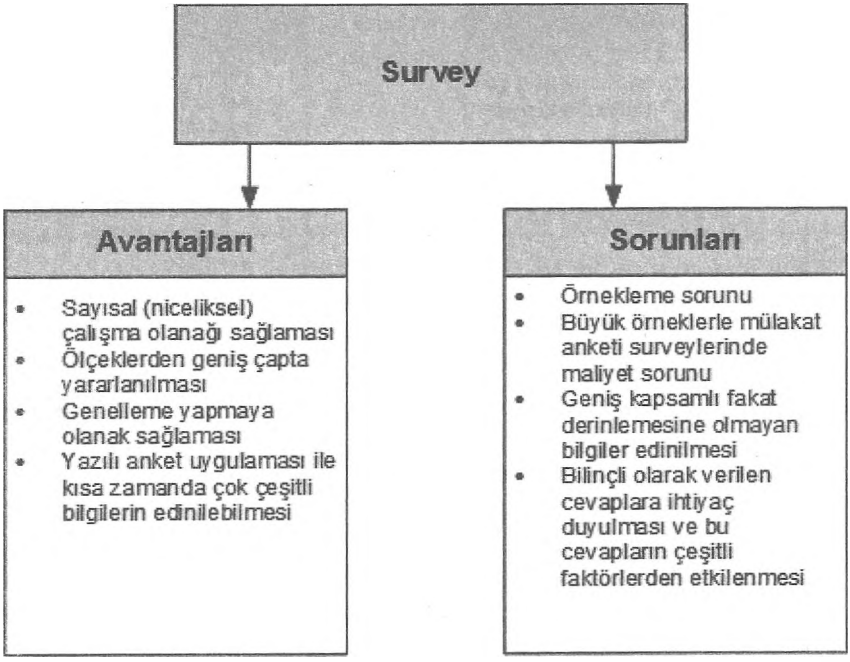
Alan araştırmalarında dikkat edilmesi gereken en önemli noktalardan biri, neyin gözleneceğine karar verdikten sonra, gözlenen davranışların son derece sistematik olarak kodlanmasıdır. Sistematik gözlem ve kodlama, araştırmacının elde ettiği bulguların güvenilir olmasını sağlar. Oluşturulacak bir kodlama sistemi, aynı zamanda

farklı gözlemcilerin aynı davranışı aynı şekilde kodlamalarını da sağlayacaktır. Böylece kodlayıcılar arası güvenilirlik, benzerlik sağlanacaktır.

5. Survey (Tarama)

Örneklem surveyi diye de adlandırılan bu yöntemde temel olarak belirli özelliklere sahip bir nüfusun belirli sorulara nasıl cevap verdiği çalışma konusudur. Sosyal bilimciler arasında çok kullanılan bir yöntemdir.

Şekil 2.8
Survey (Tarama)


Survey
Avantajları
Sayısal (niceliksel) çalışma olanağı sağlaması
Ölçeklerden geniş çapta yararlanılması
Genelleme yapmaya olanak sağlaması
Yazılı anket uygulaması ile kısa zamanda çok çeşitli bilgilerin edinilebilmesi
Sorunları
Örnekleme sorunu
Büyük örneklerle mülakat anketi surveylerinde maliyet sorunu
Geniş kapsamlı fakat derinlemesine olmayan bilgiler edinilmesi
Bilinçli olarak verilen cevaplara ihtiyaç duyulması ve bu cevapların çeşitli faktörlerden etkilenmesi

Genellikle bu yöntemle çok sayıda kişiye ulaşmak istenir. Yazılı ya da sözlü mülakat olarak verilen anketlerle bu amaca ulaşılmaya çalışılır. Bu anketler çoğunlukla derinlemesine bilgi vermekten çok, geniş kapsamlıdır.

Survey yönteminde çoğu zaman bir örneklem kullanılır. Çünkü araştırma için söz konusu olan nüfus (açıklanmak istenen grup) genelde çok büyüktür. *Örneklem*, nüfustaki kişilere benzer özellikleri olan ve birebir veri toplanan nispeten küçük çalışma gruplarıdır. Türkiye'deki bazı survey araştırmalarının yurt çapında büyük örneklemler kullandığını görüyoruz (örn. Çarkoğlu ve Kalycıoğlu, 2013).

Survey yöntemindeki en önemli nokta, seçilen örneklemin, genellemeler yapılması istenen nüfusu gerçekten temsil etmesidir. Bunun sağlanabilmesi için çeşitli örnekleme teknikleri kullanılır. Çalışılmak istenen nüfusu temsil etmeyen bir örneklem kullanılarak yapılan surveyin sonuçlarının genellenmesi zordur. Örneğin, parti tercihleri ve oy verme konularında yapılan bir kamuoyu yoklaması sadece büyük kentlerde gerçekleştirilirse, genel nüfus hakkında yapılacak ön tahminlerde büyük yanılmalar olacaktır. Seçimlerden önceki bazı gazete kamuoyu tahminlerinde bunu görüyoruz.

Ayrıca survey çalışmalarında ulaşılması kolay olduğu için çoğunlukla üniversite öğrencileri kullanılmaktadır. Bazıları öğrencilerin genel nüfusa genellenemeyeceğini söylemektedir. Ancak sosyal psikologlar çalışmalarını öğrenciler dışında diğer gruplarla tekrar yaptıklarında, genelde aynı sonuçlara ulaşmışlardır. Özetle, üniversite öğrencilerinin temelde diğer insanlardan farklı olmadıklarını söyleyebiliriz (Survey yöntemini daha iyi anlamak için bölüm sonundaki okuma parçasını okuyup örneği inceleyebilirsiniz.).

6. Arşiv Araştırması

Bu yöntem sosyal psikolojide en az kullanılan yöntemdir; ancak daha sık ve etkin bir şekilde kullanılmasında yarar vardır. Çeşitli istatistikler, kişisel dokümanlar ve kitle haberleşmesi, arşiv araştırması için bilgi kaynağı olarak kullanılabilir. Burada arşiv teriminin sadece devlet arşivlerinde bulunan bilgi olarak değil en geniş anlamıyla *hazır bilgi* şeklinde ele alındığını belirtelim.

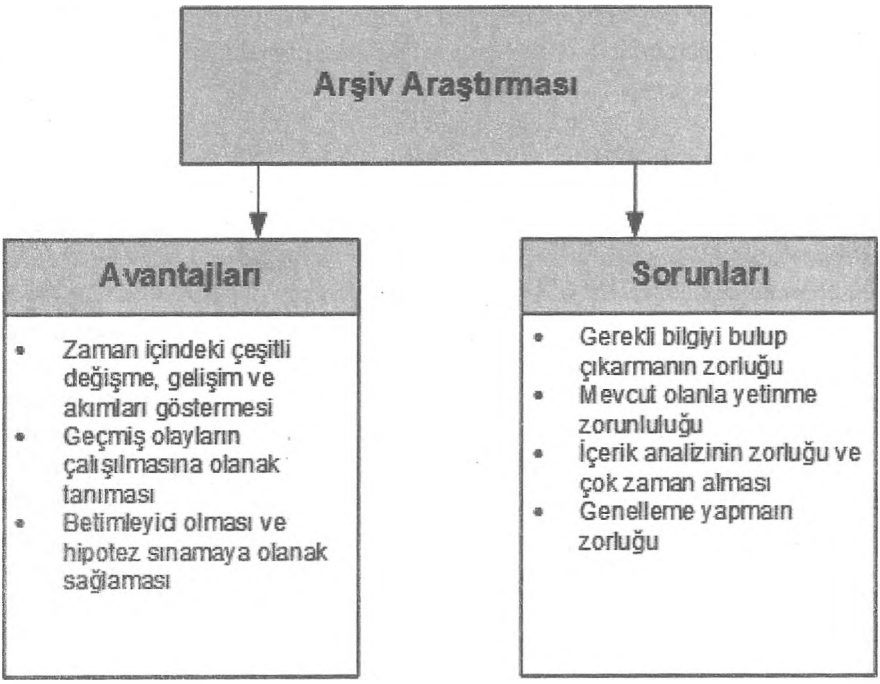
Amerika'da yapılan bir araştırmayı, sosyal psikolojik arşiv araştırmasına örnek verebiliriz. Donley ve Winter (1970) bu araştırmada, Amerika cumhurbaşkanlarının kişisel güdülerinin, başkanlıkları sırasında gerçekleştirdikleri iş ve başarılarıyla ne derece ilişkili olduğunu bulmaya çalıştı. Bunu bulmak için Roosevelt'den Nixon'a kadar bütün cumhurbaşkanlarının, göreve başlama konuşmalarının içeriğini belirli standartlara göre incelediler. Özellikle *başarma* ve *kuvvet* konularının bu konuşmalarda yer alma derecesi saptandı. Araştırma sonuçları, cumhurbaşkanlarının ilk konuşmalarında beliren güdülerinin daha sonra yaptıkları işlerle ve başarı düzeyleriyle yakından ilişkili olduğunu gösterdi.

Arşiv araştırmaları, bu çalışmada olduğu gibi kişilere ait yazılı bilgiden yararlanabilir. Bunun yanında iktisadi, psikolojik, edebiyat, antropolojik vb. bilgileri de kullanabilir. Örneğin, halk hikâyeleri, romanlar, gazete haberleri, propaganda materyali, anılar, sayım istatistikleri ve diğer çeşitli istatistikler zengin hazır bilgi kaynaklarıdır.

Türkiye'de özellikle istatistiklerden yararlanma yoluna gidilmektedir. Ancak, Türkiye'de bu yöntemi kullanan araştırmalar çoğunlukla sosyal psikoloji çalışmaları olmayıp, nüfus etütleri ya da iktisadi-siyasi, sosyolojik nitelik gösteren araştırmalardır. Son zamanlarda gazete, okul kitapları ve televizyon programlarının içerik analizleriyle, örneğin cinsiyet rolleri gibi konularda incelemeler yapılmaktadır.

Son olarak şunu belirtmekte yarar vardır. Bir araştırma yönteminin bir diğer yöntemden mutlak olarak daha iyi ya da kötü olduğunu söylemek olanaksızdır. Her yöntemin olumlu ve olumsuz tarafları vardır. Bilimsel araştırmada yöntem, amaç değil, araçtır. Bu nedenle de, araştırma amacının gerçekleştirilmesi için en uygun olan yöntem, o araştırma için en iyi olan yöntemdir. Demek ki, araştırma yaparken üstünde en çok durulması gereken konu, araştırma amacının açıkca saptanması ve bu amaca en uygun yöntemin uygulanmasıdır.

Şekil 2.9
Arşiv Araştırması


Arşiv Araştırması
Avantajları
Zaman içindeki çeşitli değişme, gelişim ve akımları göstermesi
Geçmiş olayların çalışılmasına olanak tanıması
Betimleyici olması ve hipotez sınamaya olanak sağlaması
Sorunları
Gerekli bilgiyi bulup çıkarmanın zorluğu
Mevcut olanla yetinme zorunluluğu
İçerik analizinin zorluğu ve çok zaman alması
Genelleme yapmanın zorluğu

Kültürlerarası araştırma

Özellikle 1990'lardan itibaren psikolojik bir sürecin kültüre bağlı olup olmadığını araştırmak için sosyal psikologlar kültürlerarası araştırmalar yapmaktadır. Birçok kültürlerarası çalışmanın amacı kültürün temel sosyo-psikolojik süreçleri nasıl etkilediğine bakarak insanlar arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları bulmaktır. Örneğin, Darwin bazı insan duygularının evrensel olarak ifade edildiğini ve anlaşıldığını öne sürmüştür. Bunun üzerine yapılan birçok araştırma hem evrensellik (çok farklı kültürlerdeki insanların bile duyguları gösterirken kullandıkları yüz ifadelerinin aynı olması) hem de kültürel etkiler (insanların kendi kültüründen insanların duygularını tanımada daha iyi olması; Ekman, 1994; Elfenbein ve Ambady, 2003) bulguları ortaya koymuştur.

Kültürlerarası çalışmalar yapmak sadece başka bir ülkeye gidip, onların dilini öğrenip araştırmayı orada tekrarlamaktan ibaret değildir. Araştırmacılar kendi kültürlerinden edindikleri görüşleri ve tanımları diğer kültüre dayatmamalıdır. Ayrıca, araştırmacı bağımlı ve bağımsız değişkenlerin farklı bir kültürde de aynı şekilde anlaşıldığından emin olmalıdır.

Araştırma Yöntemlerinde Geçerlilik

Bir araştırma yönteminde geçerlilik; iç geçerlilik ve dış geçerlilik diye iki başlıkta incelenebilir. *İç geçerlilik* araştırmadan çıkarılan neden-sonuç ilişkisine ne kadar güvenebileceğimizin bir ölçüsüdür. *Dış geçerlilik* ise araştırma sonuçlarını araştırma dışındaki insan, grup ve ortamlara ne ölçüde genelleyebileceğimize dairdir. Bu iki kriter araştırmanın bulgularını değerlendirmede önemli rol oynar.

Şimdi bu iki tür geçerliliği deney yöntemi üzerinde inceleyelim. İç geçerlilik bir deneyin sonuçlarını manipüle ettiğimiz bağımsız değişkene güvenle bağlayabilme derecemizdir. Bir başka bir deyişle, bir deneyin yüksek iç geçerliliğe sahip olması için bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasında nedensel bir bağ olduğunu güvenle söyleyebilmemiz gerekir. Ancak tüm diğer alternatif açıklamaları bertaraf edebilirsek kurduğumuz nedensellik ilişkisine güvenebiliriz.

Bir ilacın iyileştirici etkisi var mı tespit etmek için tasarlanan bir deney düşünelim. Deney grubuna hapımızı verip de kontrol grubuna hiçbir şey vermezsek iki grup arasında ilacın vücuttaki kimyasal etkisi dışında bir başka fark daha olacaktır. İlaç verilen grup psikolojik olarak iyileşme beklentisi içine girecektir. Bu durumda bu psikolojik beklenti istenmeyen bir dış değişken olur. Bu kirletici değişkeni bertaraf etmek için bu tür araştırmalarda kontrol grubuna *plasebo* adı verilen sahte bir hap verilir.

Deneyimiz yüksek iç geçerliliğe sahipse elde ettiğimiz neden-sonuç ilişkisinin ve araştırma yöntemlerinin doğruluğuna güvenebiliriz. Ancak bu, deneyimizin sonuçlarını deney haricindeki insanlara ve durumlara genelleyebiliriz anlamına gelmez. *Dış*

geçerlilik elde edilen sonuçları başka kişi, yer ve zamanlara genelleyebilme derecemizdir. Deneklerimiz genelleme yapmak istediğimiz genel grubu, nüfusu ne kadar temsil ediyorsa yapacağımız genelleme o kadar geçerli olacaktır. Örneğin, deneyimize sadece üniversite öğrencileri katıldıysa sonuçlarımızın genel yetişkin nüfusa genellenip genellenemeyeceği bir soru işaretidir. Bir kültürde elde edilen sonuçların bir diğer kültürde bulunup bulunamayacağı da dış geçerlilikle ilgili bir sorudur.

Peki, bir deney için dış geçerlilik mi daha elzemdir, iç geçerlilik mi? Eğer deneysel bir çalışmanın iç geçerliliği yoksa bağımlı değişkendeki farkı yaratanın bağımsız değişken olup olmadığı belli değildir. Dolayısıyla deneyin sonuçlarının genelleştirilip genelleştirilemeyeceğini tartışmanın bir anlamı yoktur; çünkü deneyin net bir sonucu yoktur. Demek ki deneysel bir çalışmayı ciddiye alabilmemiz için yüksek iç geçerliliğe sahip olması önkoşuldur. Ancak bu koşul sağlanıyorsa sonuçları başka insan ve ortamlara genelleyip genelleyemeyeceğimiz sorusunu sorabiliriz.

Geçerlilik sadece deney yöntemi için değil, diğer tüm bilimsel yöntemler için de önemli bir kriterdir. Kullanılan yöntemde araştırmacının dış etkenleri kontrol altında tutabilmesi (örn. laboratuvar deneyi) iç geçerliği, araştırmanın doğal ortamında yapılabilmesi ise (örn. survey) dış geçerliği arttırır. Araştırmacılar cevaplamaya çalıştıkları sorunun doğası, kendi bilgi ve yetileri; etik kurallar çerçevesinde bu iki geçerlilik kriterlerini dengelemeye çalışırlar.

Araştırma Süreci

Bilimsel yöntemin mantığını, amaçlarını ve bu amaçlara ulaşma yolunda kullanılabilecek sosyal psikolojik araştırma yöntemlerini inceledikten sonra, kısaca bir sosyal psikoloji araştırmasında sırasıyla ne gibi adımların atılması gerektiğini beraber gözden geçirelim. Bu adımlar Şekil 2.10'da özetlenmiştir.

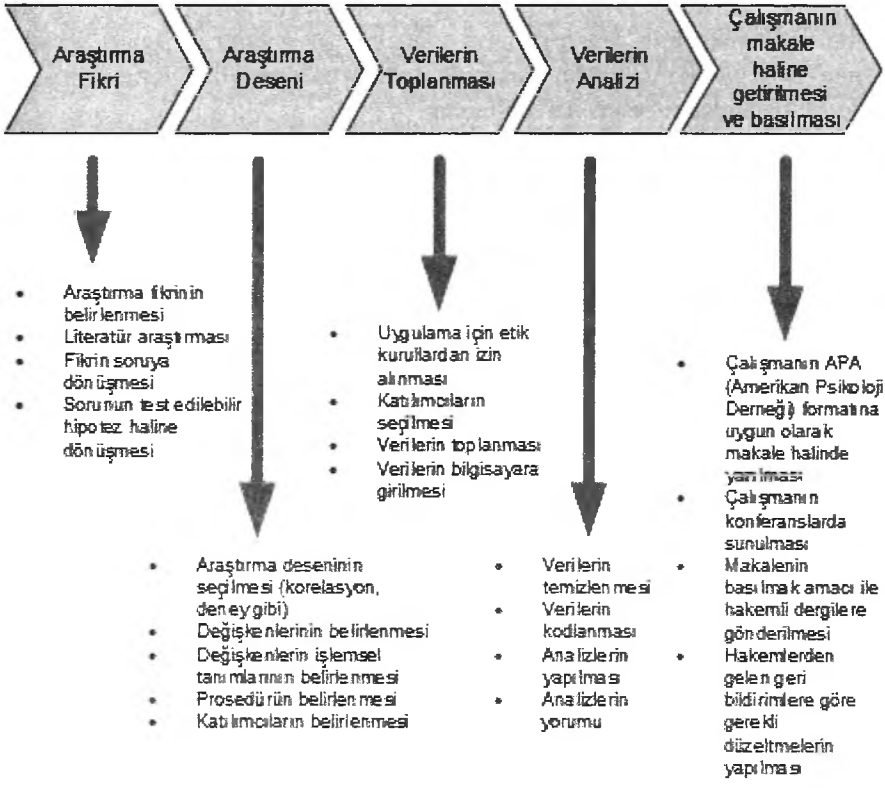
Bilimin ve onun vazgeçilmez bir parçası olan araştırmaların ilk adımı, soru sormayla atılır. Merak etmek ve etrafımızda olan bitenle ilgili soru sormaya başlamak, bilimin çıkış noktasıdır. Sosyal psikoloji araştırmalarında da, başlangıç, bir soru sormayı gerektirir. Ortada araştırılacak bir konu, cevaplanmasını istediğimiz bir soru olmalıdır. Araştırma konusunu belirlemede etkili olan birçok faktör vardır. Başka araştırmacıların yaptıkları, günlük hayatta karşılaştıklarımız, okuduklarımız vb. deneyimler araştırma konusu belirlemede önemli rol oynar.

Hangi konuyu araştıracağımızı belirledikten sonra, o konuda daha önce başka neler yapıldığını, yazıldığını bulmak bu süreçteki ikinci adımı oluşturur. Bulduklarımız, aklımızdaki sorunun daha net bir biçimde şekillenmesine yardımcı olur. Günümüzde, varolan literatüre ulaşmak, bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle oldukça kolaylaşmıştır.

Araştırma konusunda yeterli bilgi sahibi olduktan sonra, hipotez oluşturma aşamasına gelinir. Hipotezler, araştırmak istediğimiz konuyu içine alan kuramdan çıkarılacak beklentilerdir. Sorulan soru şudur: "Eğer kuram doğruysa, yapacağım araştırma-

dan ne gibi sonuçlar çıkmasını beklemeliyim?". Örneğin, bilişsel çelişki kuramına dayanarak Franzoi'nin (1996) belli bir dini grupla ilgili oluşturduğu hipotez şu olmuştur: "İçinde bulundukları dini gruba çok fazla zaman ve enerjisini harcayan insanlar, grubun lideri hakkındaki olumsuz bilgiyi hasıraltı etmeye daha eğilimli olurlar". Bu beklenti, bilişsel çelişki kuramının çerçevesi içinde anlamlı bir beklentidir. Bu beklentinin doğru olup olmadığı araştırma sonucunda ortaya çıkar.

Şekil 2.10
Araştırma Süreci



Hipotez oluşumundan sonra, bu hipotezin nasıl sınanacağına, yani hangi araştırma tekniğinin kullanılacağına karar vermek gerekir. Sosyal psikoloji araştırmalarında sıklıkla kullanılan teknikleri yukarıda inceledik. Bunlardan hipoteze en uygun olan biri seçilir ve uygulamaya konur.

Araştırma tasarımının ve kullanılacak tekniğin (veya tekniklerin) belirlenmesinden sonra, veri toplamaya geçilir. Veriler toplandıktan sonra, onların analizi bir sonraki adımdır. Araştırma konusunun niteliğine göre kullanılacak veri analizi tekniği

seçilir. Sosyal psikologlar tarafından kullanılan iki temel istatistik türü vardır: Betimsel istatistik ve çıkarımsal istatistik. *Betimsel istatistik*, araştırmaya katılan deneklerin davranışları veya özelliklerini özetler ve tanımlar. Örneğin, ortalama, medyan ve mod, betimsel istatistiğe örnektir. *Çıkarımsal istatistik* ise, katılan denek grubunun ötesine giderek, örneklemenin yapıldığı tüm grup hakkında çıkarımlar yapmaya yarar. Örneğin, araştırma grubunda bulunan bir farkın, o deneklerin temsilen seçildiği tüm grupta da var olup olmadığını istatistiksel olarak cevaplandırmada çıkarımsal istatistik kullanılır. Çıkarımsal istatistik başlığı altına girebilecek çok sayıda veri analizi tekniği vardır. Bunlardan hangisinin seçileceği, yine verinin niteliğine ve hangi soruyu cevaplandırmaya çalıştığımıza bağlıdır.

Bilimin her alanında üretilen bilgilerin başkaları tarafından bilinmesi ve bu yolla ilerleme sağlanması için, araştırmaların sonuçları yayımlanır. Bilimsel dergiler, düzenlenen kongre ve konferanslar, benzer konularda çalışan bilimcilerin yaptıklarından birbirlerini haberdar etmeleri için kullanılır.

Yukarıda, bir araştırma konusu belirlemekten, araştırmayı yapıp sonuçlarını rapor edene kadar geçen süreci anlamaya çalıştık. Siz de bir araştırma yapıp bunun sonuçlarını kâğıda dökmek isterseniz, izleyeceğiniz süreç bu olacaktır.

Sosyal Bilim Araştırmalarında Etik

Bilimin her alanında etik sorunlar ortaya çıkmaktadır, dolayısıyla etik konusunda her bilim alanının uyması gereken temel bazı prensipler vardır. Sosyal araştırmalar da bu prensiplere dayanarak bazı etik kuralları göz önünde bulundurmaktadırlar.

Bunlardan biri, deneklerin psikolojik güvenliklerine dikkat edilmesi; diğeri ise araştırmacının bilime karşı olan sorumluluğudur. Bu bölümde sırasıyla önce araştırmacının deneklere, sonra bilime karşı olan sorumluluğundan söz edeceğiz.

Özellikle deneysel yöntemde sosyal psikologlar bazen bilginin peşinde koşarken insanları şiddetli tecrübelere maruz bırakabilir ve insanların psikolojik güvenliklerini gözden kaçırabilirler. Psikolojik güvenliğin göz ardı edildiği durumlarda oluşabilecek olan psikolojik zarar ise birçok şekilde ortaya çıkabilir. Bu durumlardan biri deneğin kandırılmasıdır. *Kandırma (deception),* günlük yaşantıdaki ortama erişme ve deneklerin "normal" davranışlarını sağlamak gayesiyle deneklere deneyin asıl amacı hakkında yanlış bilgi verilmesidir. Kandırma; deneyin asıl amacının denekten saklanması ya da bir asistanın yardımıyla bir senaryo canlandırılarak yapılabilir. Kandırmanın uygulandığı durumlar dikkatlice ele alınmalıdır; çünkü deneğin kandırılması onun sosyal bilimcilere olan güvenini yitirmesine neden olabilir. Öyle ki belli bir deneyi tasarlarken, o deneyden elde edilecek yararları, deneklere karşı olan sorumluluğumuzun önüne geçiremeyiz.

Psikolojik deneylerde deneklerin psikolojik güvenliklerini sağlamada önemli iki kriter vardır: İlk olarak, araştırmacı, denekleri her türlü zarardan korumakla yükümlüdür. Denekler araştırmadan çıkarken, kendilerini en az girdikleri zamanki kadar iyi hissediyor olmalıdırlar. Bu da deneyden sonra *bilgilendirme (debriefing)* aşamasını

zorunlu kılmaktadır ki bu, deneyin esas bölümünden daha fazla zaman ve çaba gerektirebilir.

Sosyal psikologlar için etik konusu tek taraflı bir konu değildir. Sosyal psikologlar, insanlığın iyiliği için insanları daha iyi anlamaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla, onların toplumun bütününe karşı bir sorumlulukları vardır ve becerilerinin tamamını kullanarak araştırma yapmak yükümlülüğünü taşırlar. Bu iki kriteri daha da geliştiren ve araştırmanın etik kurallara uygun olmasını sağlayan noktalara aşağıda kısaca değinelim:

- Olası deneklere, deneyin neyi içerdiği anlatılabileceği kadarıyla anlatılmalı ve onların böyle bir deneye katılmayı kabul edip etmedikleri anlaşılmalıdır.
- Deneklere karşı olunabildiği ölçüde dürüst olmak şarttır. Deneyin amacını gizleme yoluna, ancak mutlaka gerektiği durumda başvurulmalıdır.
- Denekler, istediklerinde deneyi yarıda bırakabilirler; bu durum olumsuz bir yaptırımla engellenmeye çalışılmamalıdır.
- Denekler, hem fizyolojik hem de psikolojik zarara maruz bırakılmamalıdır.
- Denekler, deney sırasında herhangi bir konuyla ilgili verdikleri bilginin kesinlikle saklı tutulacağı konusunda bilgilendirilmelidir.
- Deneklerin katılımı sona erdiği zaman, onlara deney hakkında bilgi verilmeli, soruları cevaplandırılmalı ve varsa olumsuz duyguları bertaraf edilmelidir. Ayrıca, katılımlarının değerli ve araştırmacı için önemli olduğuna inanmalıdırlar.

Deneklerle ilgili bu noktalara dikkat etmek, araştırma yapmanın en önemli etik kurallarıdır.

Sosyal psikologlar, genel etik sorumlulukları bir deneğe karşı olan etik sorumluluklarıyla çatıştığında bir ikilem yaşarlar. Bu ikilem, uyma, itaat etme, yardım etme gibi önemli konuların incelendiği durumlarda daha da büyür; çünkü genellikle bir konu ne kadar önemliyse, o konuyu araştırmanın toplum için yararı da, deneğin rahatsızlık, endişe ve üzüntü yaşama olasılığı da artar. Buna benzer durumlar Asch'in uyma deneyinde ve Milgram'ın itaat araştırmasında ortaya çıkmıştır (bu çalışmalara üçüncü bölümde ayrıntılı bir şekilde yer verilecektir; üçüncü bölümü okurken deneylerin etiklik durumunu göz önünde bulundurmak yararlı olacaktır). Asch'in uyma deneyinde, insanlar önceden bir bilgiye sahip olmadan kendi gözlerinin açıkça gördüğüyle, bir grubun yanlış kararda hemfikir olması durumunda çelişkide bırakılmışlardır. Milgram'ın deneyinde ise insanlardan bir masum kişiye elektrik şoku vermeleri istenmiştir. Sözü geçen deneyler, ciddi etik sorunlar taşımaktaydılar ve ciddi eleştiriler aldılar. Milgram'ın deneyinin yarattığı tartışmalar sonrasında ABD hükümeti kurumsal inceleme hakemliğini (institutional reviewboards; IRBs) oluşturmuştur. Günümüzde araştırmacılar veri toplama aşamasına geçmeden önce kurumsal inceleme kurumlarına benzer oluşumlardan onay almak zorundadır.

Araştırmacının göz önünde bulundurması gereken bir diğer etik durum ise bilime karşı olan sorumluluğudur. Yapılan araştırmalarda sunulan verilerin sahte olarak ya-

ratılması, toplanan veriden çıkan sonuçlara göre hipotezlerin değiştirilmesi gibi araştırmanın ve bilimin dürüstlüğüne zarar verici durumların engellenmesi de araştırmacının etik sorumluluklarındandır.

Tüm bu etik kurallar ilgili bilim dallarının meslek birlikleri tarfından da kılavuz haline getirilmişdir. Örneğin, Türk Psikologlar Derneği'nin yayınladığı etik yönetmeliği http://www.psikolog.org.tr/turkey-code-tr.pdf adresinde, Amerikan Psikoloji Derneği'nin yayınladığı etik kurallar kılavuzu ise http://www.apa.org/ethics/code/index.aspx adresinde bulunabilir.

Bu bölümde önce sosyal psikologları ilgilendiren bazı sorunlardan örnekler vererek, bu bilim dalının çalışma alanı hakkında bir fikir edinmeye çalıştık. Sonra bilimsel yöntemi ana çizgileriyle ele alarak, uygulanışını belirten bir araştırma örneği üstünde durduk. Bilimsel araştırmaların amaçlarını da kısaca belirttikten sonra sosyal psikolojinin temel yöntemlerini örnekleriyle inceledik. Laboratuvar deneyinden, alan deneyine, doğal deneye, alan araştırmasına, surveye ve arşiv araştırmasına doğru gittikçe, araştırma şartlarının araştırmacı tarafından kontrol edilme derecesinin azaldığını gördük. Bir araştırma sürecinde izlenen adımları da inceledikten sonra, son olarak deneylerin ve araştırmaların etikliğinin üzerinde durduk.

Gelecek bölümlerde sosyal psikolojinin temel araştırma konularını, bu konularda üretilmiş kuramlar ve yapılmış araştırmalarla birlikte inceleyeceğiz.

Okuma Parçası - 2: Bir Survey Araştırması Örneği

İzmir lise öğrencileri üzerinde yapılmış bir araştırmayı (Kağıtçıbaşı, 1972) survey yöntemine örnek olarak ele alabiliriz. Bu araştırmada, İzmir şehri lise son sınıf öğrencileri arasından seçilen bir örneklemin *sosyo-ekonomik*, *ailesel* ve *psikolojik* özellikleri saptanarak bu üç ayrı düzeydeki özellik arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

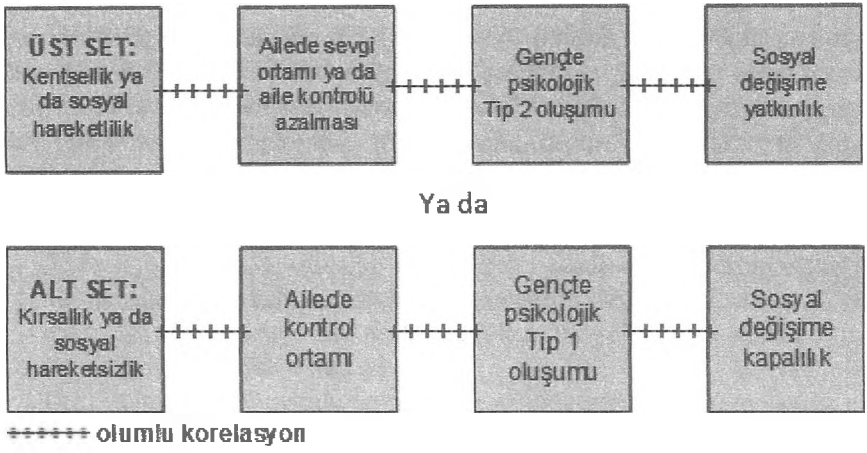
Araştırmada ölçeklerle ölçülen çeşitli psikolojik özellikler, iki ayrı dünya görüşüne sahip kişilik tipini belirtir şeklinde kümelendiler: Tip 1: yetkeci (otoriteryen) eğilimler, anomik dünya görüşü, dindarlık, dıştan kontrola inanç (kadercilik), kişisel gelecek hakkında karamsarlık. Tip 2: Yurtseverlik, başarı güdüsü, içten kontrola inanç, kişisel gelecek hakkında iyimserlik. Ailesel değişkenler, ailede sevgi ya da kontrol ortamlarıydı. Sosyo-ekonomik değişkenler de, ana baba tahsili, mesleği, aile ikamet yeri gibi sosyo-ekonomik-düzey (SED) endeksleri ve köyden kente ya da alt SED'den üst SED'e sosyal hareketlilikti.

Yukarıda belirtilen tiplerden biri kısaca modern (tip 2) diğeri ise geleneksel olarak adlandırılabilir (tip 1). Modern davranış ve düşünüş eğilimi gösteren gençlerin, sevgi ortamına sahip ailelerden geldiği, geleneksel dünya görüşlü gençlerin ise, sevgiden çok kontrole dayanan ailelerden geldiği görüldü. Bu iki aile türünün de belirli sosyo-

ekonomik özellikler taşıdığı saptandı. Şöyle ki; modern kişiyi geliştiren ailenin, üst SED'ye mensup olduğu, kentsel olduğu ya da sosyal hareketlilik gösterdiği, geleneksel tipi oluşturan ailenin ise alt SED'ye mensup olduğu, kırsal olduğu, ya da sosyal hareketliliği olmadığı görüldü. Böylece kişisel, ailesel ve sosyo-ekonomik olguların birbirleriyle anlamlı ilişkiler içinde olduğu, survey yönteminde kullanılan korelasyonlarla ortaya konmuş oldu. Bu bulguların özetini yukarıdaki şekilde (Şekil 2.4) görebilirsiniz.

Bu araştırmada kullanılan korelasyonlar temelde nedensel ilişkileri bize gösteremezler. Ancak, toplumsal özelliklerin aile özelliklerinden daha önce oluştuğu, aile özelliklerinin de o ailede yetişen gençten önce var olduğu göz-önüne alınınca, mantıksal bir neden-sonuç ilişkisi haliyle ortaya çıkmaktadır.

Şekil 2.11
Bir Survey Araştırması Bulguları



Böylece, sosyal psikologları ilgilendiren olaylardan sosyal değişme olgusunun bazı psikolojik, ailesel ve sosyal boyutlarını ortaya koymuş oluyoruz. Bu araştırma sonuçlarından da görülebileceği gibi, survey yöntemiyle, örneklemi meydana getiren cevaplayıcıların çeşitli özellikleri arasındaki ilişkiler, çoğunlukla korelasyonlara dayanarak saptanabilir.

BÖLÜM 3

SOSYAL ETKİ VE UYMA

"İnsanın en belirgin özelliği nedir?" diye bir soru soracak olsak, şüphesiz birçok kimse buna, "İnsan sosyal bir varlıktır.", "İnsan sosyal hayvandır.", "İnsan toplum içinde yaşar." gibi cevaplar verecektir. İnsan, kendini bildiğinden beri, toplum gerçeğini de bilir; içinde yaşadığı toplumdan etkilenir, onu etkiler. Yani, insanın davranışlarının büyük bir kısmı *sosyal*dir. Peki, *sosyal davranış* ne demektir? Bunu anlamak için her gün karşılaşabileceğimiz bazı olaylardan basit örnekler düşünelim.

- Ayşe Hanım durakta otobüse biner, bir yer bulup oturur. Oturur oturmaz da karşısında bir kadının kendisini, kıyafetini dikkatle incelediğini fark eder. Hiç fark etmemiş gibi davranarak kendine çeki düzen verir, poz alarak bakışlarını başka tarafa çevirir.
- Dört yaşındaki Ali uykulu ve sakin bir halde kendi kendine oynarken eve misafirler gelir. İki dakika önceki uykulu çocuk o değilmiş gibi, büyük bir enerjiyle sandalye ve masaların üstlerinde yürümeye, gürültü etmeye ve herkesin dikkatini çekmek için her türlü yaramazlığı yapmaya başlar.
- Bir lise öğrencisi olan Ahmet bir filmi görmüş ve biraz sıkıcı bulmuştur. İki arkadaşıyla konuşurken, her ikisi de o filmi çok beğendiklerini söyleyip onun da beğenip beğenmediğini sorarlar. Ahmet de biraz duraklamadan sonra arkadaşlarıyla aynı fikirde olduğunu söyler.

Bu günlük olayların hepsinde *sosyal davranış*ı görüyoruz, çünkü bu üç olayda da ortak nokta *sosyal etki*dir. Her birinde bir kişinin tutum ya da davranışı, bir başkasının ya da başkalarının varlığından etkilenmektedir. Bu üç olayın her birinde bireyin davranışı söz konusu olmakla beraber, bu davranış kendi başına değil, bireyin başkaları tarafından etkilenmesi sonucu ortaya çıkmakta ve bir sosyal etkileşim süreci söz konusu olmaktadır. Bu özelliklerinden ötürü de, bu olayları sosyal psikolojik olaylar olarak tanımlayabiliriz.

Etrafımıza dikkatle bakacak olursak, insanların hem birbirlerinden çok farklı, hem de birbirlerine çok benzer olduklarını görürüz. Bir kişide toplanan çeşitli eğilimler,

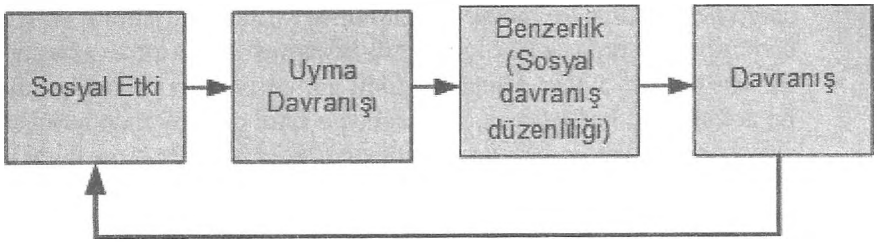
tutum ve davranışlar bütünü, o kişiye has bir görünüme sahiptir ve başka hiç kimsede *aynen* görülmez. Aynı evde büyüyen, yaşayan kardeşler bile hiçbir zaman birbirleriyle aynı değildir. Özellikle, çeşitli sosyal tabakalara, değişik yörelere ve özellikle farklı etnik, din ve ulusal gruplara ait insanlar arasında bu farklılık ve çeşitlilik çok artmaktadır. Örneğin, bir kültürde *normal* kabul edilen yemek yeme tarzı, bir diğer kültürde ayıp olarak görülebilir; bir toplumda beğenilen cesur, atak, saldırgan kişilik tipi, başka bir toplum tarafından tehlikeli olarak nitelendirilebilir; bir sosyal tabaka mensupları tarafından kabul edilen nezaket kuralları, başka bir sosyal tabakadaki kimseler için bir anlam taşımayabilir.

Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür, ancak bütün bu farklılıklara rağmen, insanların birbirlerine benzedikleri de bir gerçektir. Toplum içinde yaşayan insanların davranışlarının çoğu benzer davranışlardır. Belirli bir ülkede yaşayan kimseler çoğunlukla aynı dil ve dine sahiptirler, benzer tutum ve inançları vardır, olaylara benzer tepkiler gösterirler.

Sosyal psikolojik ele alışlarda, kişisel farklılıklardan ziyade, benzer davranışların nedenleri üzerinde durulmaktadır. Bu nedenlerin temelinde şüphesiz *sosyal etki olayı* yatmaktadır. Bu nedensel ilişkileri Şekil 3.1'de görebiliriz:

Sosyal etki sonucu meydana gelen *gruba uyma davranışı*, kişilerin benzerliğini ve dolayısıyla sosyal davranış düzenliliğini yaratır. Sosyal davranışın düzenli olması sonucu da, bireyler başkalarının davranışını önceden tahmin edebilirler ve kendi davranışlarını ona göre ayarlayabilirler. Bu durum da sosyal etkileşimin genellikle çatışmasız ve ahenkli olmasını sağlar.

Şekil 3.1
Sosyal Davranışların Nedenleri



Bu şekilde ele alındığında, uyma davranışının toplumsal yaşam için zorunlu olduğu ortadadır. Nitekim toplum, davranış düzenliliklerini sağlamak için normlar (kurallar) geliştirir ve bunları erken çocukluk çağlarından başlayarak bütün bireylere aşılar. Böylece, insanların benzer davranışlarının çoğu, erken yaşlarda başlayan ve yaşamları boyunca devam eden *ortak öğrenme* sonucu oluşur.

Ancak, insanlar bazen zorunluluk ya da ortak öğrenme söz konusu olmadığı durumlarda da uyma davranışı gösterirler. Örneğin, sokakta birkaç kişinin havaya baktığını gören Ahmet de durup havaya bakar Aynı şekilde, üstünde 00 yazan iki kapıdan hangisinin kadınlar için, hangisinin erkekler için olduğu belli değilse, bunların hangisine gireceğini bilemeyen Mehmet sağdaki kapıdan bir adamın çıktığını görürse, emin olarak o kapıya yönelir.

Bu iki örnekte, başkalarının davranışının, kişide nasıl bir uyma davranışı yarattığı açıkça görülmektedir. Her iki örnekte de kişi, diğerlerinin davranışına güvenip, bu davranışın gerçeği yansıttığına inanarak kendine rehber edinir. Şöyle ki, yoldan geçen Ahmet, eski tecrübelerine dayanarak, aynı tarafa doğru birkaç kişinin bakması için orada görülmeye değer bir şeyin gerçekten olduğunu varsayar. Tuvalet kapılarını birbirinden ayırt edemeyen Mehmet de, bir başkasının davranışının doğruluğuna inanır. Diğer kişinin de bilmeden bir yanlışlık yapma olasılığını aklına getirmeden, onun davranışına göre kendi kendine gerçeğin tanımını yapar ("Sağdaki kapı erkeklere aittir."). Bu örneklerde beliren uyma davranışı, kişi için bilgi sağlar ve *gerçeği tanımlama*ya yarar.

Bu bölümde uyma davranışının bu en temel gerçeği tanımlama görevinden başlayarak, diğer görevlerini anlamaya çalışacağız. Sosyal düzenliliğin ve sosyal yaşamın temelinde yatan uyma davranışının kişiye ve gruba nasıl hizmet ettiğini, hangi işlevleri gördüğünü anlayabilmek için, bu davranış türünü etraflıca incelememiz gerekir. Bu incelemeyi dört ayrı sosyal psikolojik araştırmayı gözden geçirerek yapalım. Bu dört araştırmanın ortak yönü, hepsinde de sosyal etki ve uyma davranışının ön planda olmasıdır.

Dört Klasik Sosyal Etki Araştırması

Asıl adı Muzaffer Şerif Başoğlu olan Muzafer Sherif (1906-1988) sosyal psikolojinin kurucuları arasında yer almış bir Türk psikologdur. Lisans eğitimi için gitmiş olduğu ABD'de norm oluşumu ile ilgili yapmış olduğu özgün deneysel çalışmaları günümüzde sosyal etki alanında yapılmış en önemli klasik çalışmalardan birisi olarak kabul edilmektedir.

Araştırma 1: Sherif'in "Grup Normunun Oluşması" deneyi

Sherif bugün "klasik" olarak kabul edilen bu araştırmasında (1936), otokinetik etki (autokinetic effect) diye bilinen bir görsel algı yanılgısından faydalanmıştır. Tamamen karartılmış bir odada hareketsiz duran bir ışık noktasına bir süre gözümüzü kaydırmadan dikkatle bakarsak, ışık aslında yerinde durduğu halde, hareket ediyormuş

gibi görünür. Bu olgudan faydalanarak Sherif bir dizi araştırma yapmıştır. Araştırmalar, grup normlarının (standart ve kurallarının) oluşmasını ve kişilerin normlara uyma davranışını göstermektedir.

Araştırmada birbirlerini tanımayan, birbirleri ile daha önce herhangi bir grup içinde bulunmamış kişiler ilk olarak teker teker laboratuvara alınmışlardır. Bu kişilere bir algı deneyi yapılacağı söylenmiş ve tamamen karartılmış odada bir duvara yansıtılmış ufak bir ışık aralıklarla gösterilmiştir. Işığın her gösterilişinde, bu ışığın ne kadar hareket ettiği deneğe sorulmuştur. Araştırmanın ilk evresini oluşturan bu bölümde, her deneğin önce birbirini tutmayan sayılar verdiği, fakat zamanla belli bir sayıda karar kıldığı ve ışığın hep o mesafede hareket ettiğini söylediği bulunmuştur. Örneğin, ilk gösterilişinde 1 cm, ikincide 9 cm, üçüncüde 11 cm, dördüncüde 3 cm diyen denek, onuncu gösterilişten sonra 7 cm civarında bir mesafe söylemiş ve bundan sonra söylediği mesafeler hep 6-8 cm arasında kalmıştır.

Aslında ışığın hiçbir gösterilişte yerinden oynamadığını, hep aynı noktada durduğunu hatırlayalım. Denekler, her defasında ışığı hareket ediyormuş gibi görmüş ve ne kadar mesafe kat ettiğini tahmin etmiştir. Işık hiç hareket etmediği halde her denek kendince bir standart geliştirmiştir, örneğin, bu örnekteki 7 cm gibi. Daha sonra bu kişiler, birkaç kişilik gruplar halinde laboratuvara alınmış ve ışık her gösterildiğinde mesafe yargılarını yüksek sesle yapmaları istenmiştir. Burada görülen, birbirinden farklı standart geliştirmiş kişilerin bir araya geldiklerinde, bu standartlarından vazgeçerek grup halinde tek bir standart oluşturmalarıdır. Böylece, kişisel standartlar, yerlerini tek bir ortak standarda bırakmış olmaktadır.

Sherif yaptığı bir başka araştırmada, denekleri önce teker teker deneye almak yerine, onları doğrudan grubun içine sokmuştur. Daha önce kendi başlarına bir standart oluşturmamış olan bu denekler, grupta çok daha çabuk ve kolay bir şekilde ortak bir norm oluşturmuşlardır.

Sherif'in elde ettiği bir üçüncü bulgu ise, grupta oluşturulan standardın, daha sonra denekler tarafından kullanılmaya devam edilmesidir. Grupta oluşturulan standardın etkisi o kadar güçlüdür ki, denekler, deneyden bir yıl sonra yalnız başlarına deneye tekrar alındıklarında bile, bu ortak standardı kullanmaya devam etmişlerdir (Rohrer, Baron, Hoffman, ve Schwander,1954).

Sherif'in bu çalışmasını özetleyecek olursak: fiziksel gerçeğin belirsiz olduğu hallerde kişi, durumu belirlemek, bir yere tutunmak ister ve bu amaçla bir gerçek yaratır. Bu gerçek, kişi yalnız ise onun tarafından, eğer başkaları ile beraber ise etkileşim sonucu grup tarafından yaratılır ve bu standarda beraberce uyulur.

Sosyal etki ve uyma davranışının anlaşılması bakımından bu araştırmanın önemi büyüktür. Kendi başlarına birer yargı standardı geliştirmiş olan bireyler, grup halindeyken, ortak bir standarda doğru yönelmekte ve bireysel olarak geliştirdikleri subjektif gerçeğin yerini grubun geliştirdiği *sosyal gerçek* almaktadır.

Grup içinde birçok farklı bireysel normdan tek bir norm bir kere oluştuğunda, bu ortak norm, o grubu meydana getiren bireyler tarafından benimsenmekte ve gerçeği

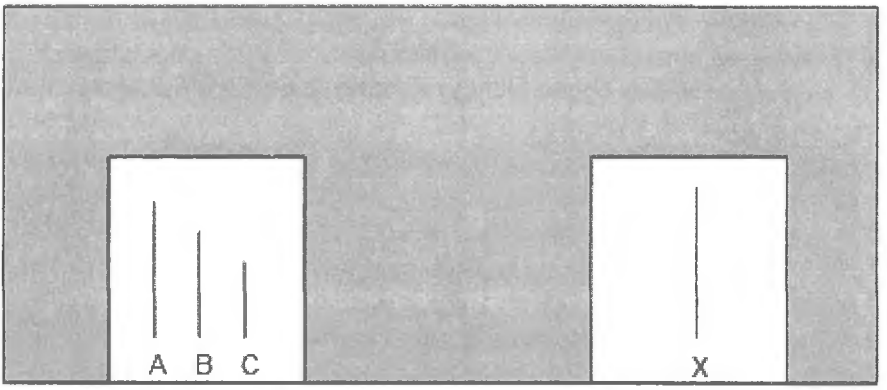
yansıttığına inanılmaktadır. Sherif, bu araştırmasında özellikle belirsiz bir fiziksel ortam yaratmıştır. Böylece belirsiz fiziksel gerçeğin yerini sosyal gerçek almış, grubun normu, bireylerce gerçek olarak kabul edildiği için bu norma uyulmuştur. Ya fiziksel gerçek apaçık ortadayken, grubun yargısı buna ters düşecek olursa ne olur? Bu durumu ikinci bir araştırma ile inceleyelim.

Araştırma 2: Asch'in " Uyma" deneyi:

İnsan, doğru bildiğini sandığı şeyin tersini iddia eden bir grupla karşılaşırsa ne yapar? Diyelim ki, bir masa etrafında oturan birkaç kişiden birisiniz. İki çizgi gösteriliyor ve hangisinin daha uzun olduğu soruluyor. Eğer sizden önce cevap veren dört kişinin hepsi de size yanlış gelen cevabı verirse, sıra size geldiğinde ne yaparsınız?

Asch (1951, 1952) laboratuvarda işte bu durumu yaratmıştır. Bu deneyde laboratuvarda 7-8 kişilik gruplara, sırayla birçok kart çifti gösterilmiştir. Her kart çiftinin birinde çeşitli uzunlukta üç çizgi, diğerinde ise tek bir çizgi olup bu tek çizgi diğer karttaki üç çizgiden biriyle aynı uzunluktaydı (bkz. Şekil 3.2).

Şekil 3.2
Asch Araştırma'sındaki Görsel Uyaranlardan Bir Örnek



Deneklere tek çizginin uzunluk bakımından diğer karttaki çizgilerden hangisine benzediği sorulmuştur. Aslında deneklerden yalnızca biri gerçek denek, ötekiler araştırmacının asistanlarıydı ve her defasında ne diyecekleri önceden belirlenmişti. Tek çizginin uzunluk bakımından diğer karttaki üç çizgiden bir tanesine eşit olduğunu, yani fiziksel gerçeğin belirgin olduğunu unutmayalım.

Araştırmadaki her kart çifti gösterildiğinde, araştırmacının denek rolü yapan yardımcıları sırayla yargılarını (tek çizginin üç çizgiden hangisine daha çok benzediğini) söylemekte ve esas deneğe söz sırası en sonda gelmektedir. İlk birkaç kart gösterildiğinde araştırmacının yardımcıları doğru cevap vererek deneğin güvenini kazanırlar;

fakat sona doğru yanlış cevap vermeye başlarlar. Denek (Şekil 3.3'te 6 nolu sandalyede oturan gözlüklü kişi), sıra kendisine gelinceye kadar sırayla herkesin yanlış cevap vermesinden rahatsız olmaktadır, nitekim sıra kendine gelince, onun da diğerlerinin söylediklerini –gerçeğe aykırı olduğu halde– tekrarlayabildiği görülmüştür. Çok sayıda deneğin kullanıldığı bu araştırmada her üç denekten birinin (kullanılan bütün deneklerin % 35'inin) diğerlerinin yanlış kararlarına *uyduğu* bulunmuştur.

Bu bulgunun elde edilmesi üzerine aynı araştırma bazı değişikliklerle pek çok kere tekrarlanmıştır (bkz. Uyma davranışını etkileyen ortamsal etkenler). Bu tekrarlar, bulguların geçerliliğini ve genelliğini kanıtlamıştır. İnsanların % 35 gibi azımsanamayacak bir kısmının, gruba uyarak apaçık gördükleri şeyin tersini söylemeleri, gerçekten şaşırtıcı ve önemli bir bulgudur.

Asch'in araştırmasında Sherif'in araştırmasına hem benzeyen hem de benzemeyen taraflar görülmektedir. Önce bu iki araştırmanın birbirinden ayrılan yanlarını kısaca gözden geçirelim.

Sherif'in araştırmasındaki fiziksel gerçeğin belirsizliğine karşılık, Asch'in araştırmasında fiziksel gerçek açık seçik ortadadır. Sherif'in araştırmasında, birey, gerçeği tanımlamak için grup kararına muhtaçtır; çünkü grubun kararından başka ona bilgi temin edecek bir kaynak yoktur. Asch'in araştırmasında ise, apaçık fiziksel durum, bireye gereken bilgiyi temin ettiğinden, bireyin gruba bir bilgi kaynağı olarak ihtiyacı yoktur.

Şekil 3.3
Asch'in Uyma Deneyi Esnasında Çekilen Fotoğraf

Bundan ötürü ikinci önemli fark ortaya çıkmaktadır. Sherif'in araştırmasında birey, grubun fikrinin, doğru olduğuna inandığı için ona uyar; Asch'in araştırmasında ise

birey grubun fikrine yanlış olmasına rağmen uyar. Sherif'in deneyinde, uyma davranışının altında fikren de kabul etme (ya da görüşünü grubun görüşüne göre değiştirme) yatmaktadır. Böylece grup normu (standardı) kişi tarafından benimsenmekte, kendine mâl edilmektedir. Asch'in deneyinde ise uyma, sadece davranış düzeyinde oluşmakta, daha derine inen bir tutum değişimi ya da benimseme söz konusu olmamaktadır.

Aslında, bu iki deneyde incelenen temel olayın birbirinden farklı olduğunu söyleyebiliriz. Sherif'in deneyinde hiç yoktan bir grup normunun *oluşumu* araştırılmakta; Asch'in deneyinde ise var olan, yerleşmiş bir grup normuna *uyma* olayı incelenmektedir. Yani, mantıksal açıdan Sherif, grup süreci içinde daha önce meydana gelen bir olay olan norm oluşumunu; Asch ise daha sonra meydana gelen bir olay olan norma uymayı ele almışlardır.

Bu önemli farklılıklarına karşın bu iki laboratuvar deneyinin kavramsal açıdan birbirine çok yakın olduğu da görülmektedir. Her iki araştırma da sosyal normlar, sosyal etki ve uyma davranışı hakkında bize çok değerli bilgiler vermektedir. Aynı zamanda kontrollü laboratuvar deneyi çerçevesinde her iki araştırma da bu konulardaki kavram ve kuram gelişimine önemli katkıda bulunmuştur.

Özellikle Sherif'in otokinetik etki deneyi, 19. yüzyıldan 1930'lara kadar süregelen *grup ruhu* konusundaki kavram kargaşalığına ve verimsiz tartışmalara son vermekte önemli rol oynamıştır. Grubun ve grup normunun görgül (empirical) olarak laboratuvarda saptanmasıyla, bu olgu bilimsel bir araştırma konusu olmuştur. Nitekim ancak bundan sonradır ki grup yapı ve süreci ile grup dinamiği, sosyal psikologlar ve sosyologlarca bilimsel yöntemlerle incelenebilmiş ve kavramsal gelişmeler kaydedilmiştir. bkz. Bölüm 9: Grup Yapısı ve Dinamiği)

Araştırma 3: Milgram'ın "İtaat" deneyi:

Sherif'in otokinetik etki deneyinde bir sosyal normun nasıl oluştuğunu; Asch'in deneyinde ise yerleşmiş bir sosyal norma bireylerin nasıl uyduğunu gördük. Sosyal etki olayını oluşma halinde bize gösteren bu araştırmalardan sonra şimdi de, sosyal etkinin ve uyma davranışının nereye varabileceğini gösteren bir deneyi inceleyelim.

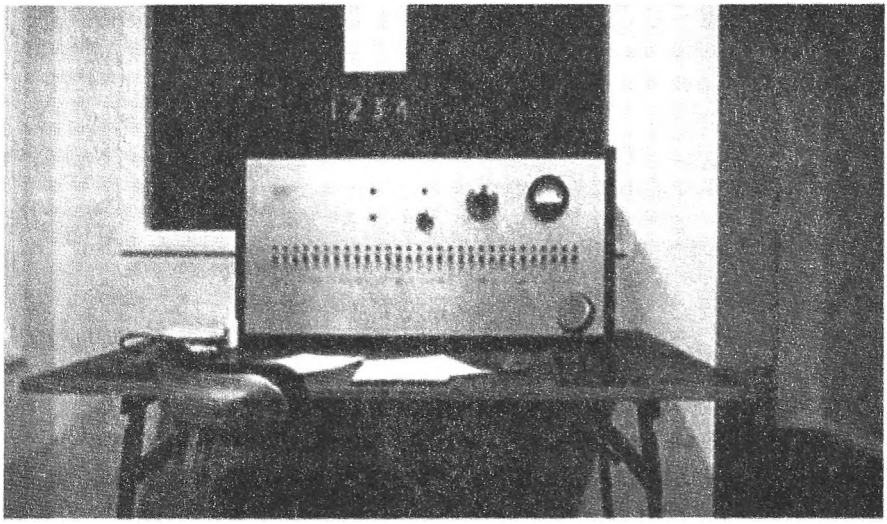
İnsanlar sosyal etkiye ne dereceye kadar boyun eğerler? Sosyal etkiye itaat etme veya başkaldırma nasıl oluşur? Bu sorulara cevap arayan Milgram (1965) tanımadığı birisine zarar verme emri alan bir bireyin bu emre uyup uymayacağını ya da ne derece uyacağını bir laboratuvar deneyinde incelemiştir.

Bu deneyi gereğince anlayabilmek için kendinizi Milgram'ın deneklerinden birinin yerine koyun. Diyelim ki, tanınmış bir üniversitede bir saatlik, öğrenme üzerine yapılacak bir psikoloji deneyi için denek arandığını bildiren bir ilan görüp ücreti de iyi olduğu için deneye katılmaya karar veriyorsunuz. Psikoloji laboratuvarına girdiğinizde sizi beyaz gömlekli, soğuk görünüşlü genç bir adam karşılıyor ve kendisini araştırmacı olarak tanıştırıyor. Yanında duran güler yüzlü orta yaşlı şişman adamın da sizin gibi araştırmaya denek olarak katılmak üzere sizden az önce gelmiş olduğunu öğreniyorsunuz.

Araştırmacı, cezanın öğrenmeye etkisi konusunda bir deneye katılacağınızı; birinizin öğretmen, birinizin öğrenci olacağını ve öğrenci yanlış yaptığı zaman ceza olarak öğretmenin ona elektrik şoku vereceğini bildiriyor. Kura çekiliyor ve siz kura sonucu öğretmen olacağınızı öğrendiğiniz zaman biraz rahatlıyorsunuz, çünkü odadaki büyük şok jeneratörü oldukça korku verici bir görünüşe sahip. Üstünde 15 volttan 450 volta kadar 15'er volt aralıklı şok düğmeleri var. 300 voltluk düğmenin üstünde "Çok kuvvetli şok"; 450 voltluk düğmenin üstünde ise "Tehlike: Aşırı Şok" yazıyor. Şekil 3.4'te deneyde kullanılan şok jeneratörü gösterilmiştir.

Öğrenilmesi gereken işlem, öğrenme psikolojisi deneylerinde sıklıkla kullanılan kelime çiftleri dizisidir. Öğrenci, kelime çiftlerini ezberleme durumundadır. Kelimeleri doğru olarak hatırlayamazsa, öğretmen olarak sizin ona elektrik şoku cezası vermeniz gerekmektedir. Her yanlışta bir sonraki düğmeye basılacak, yani öğrenciye her yanlışta bir öncekinden 15 volt daha kuvvetli bir şok verilecektir.

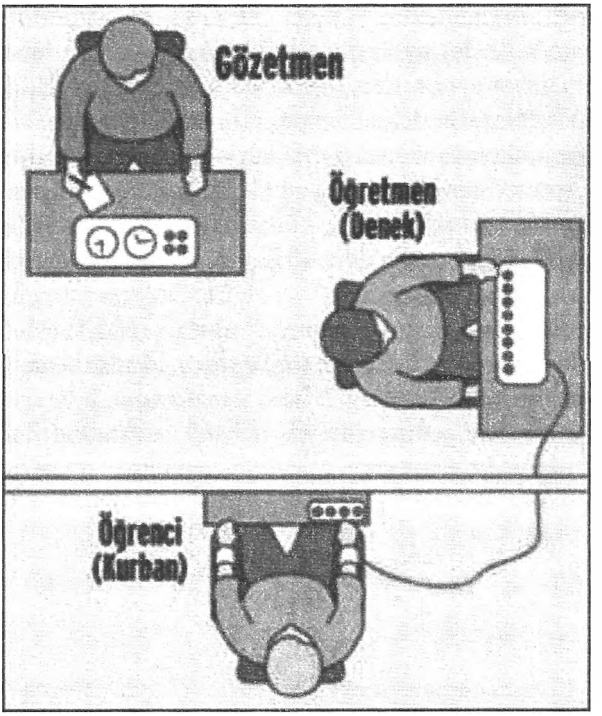
Şekil 3.4
Milgram'ın Deneyinde Kullanılan Şok Jenaratörü



Güler yüzlü orta yaşlı öğrenci, kalbinden biraz rahatsız olduğunu söyleyerek araştırmacıya şokun tehlikeli olup olmadığını sorar. Araştırmacı, kuvvetli şokun can acıtabileceğini, fakat tehlikeli olmadığını söyler. Bundan sonra öğrenci yandaki bitişik odaya götürülerek bir sandalyeye oturtulur ve elleri elektrotlara bağlanır. Deneyde uygulanan düzeni Şekil 3.5'te görebilirsiniz. Şok hakkında bir fikir sahibi olmanız için size de hafif bir şok verilir. Bu şok canınızı acıtmaz fakat sizi biraz sarsar. Araştırmacı kaç voltluk olduğunu tahmin etmenizi ister; siz 75 voltluk olarak tahmin edersiniz; sadece 45 voltluk olduğunu bildirir. Bu durum, size şokların şiddeti hakkında bir fikir verir.

Öğrenme işlemi önceleri iyi gider; fakat sonra öğrenci yanlışlar yapmaya, siz de ona şok vermeye başlarsınız. 75, 90 ve 105 voltluk şoklarda içerideki odadan artan inleme sesleri duyulmaya başlar. 120 voltluk şoktan sonra öğrenci, araştırmacıya bağırarak şokların acı vermeye başladığını bildirir. Araştırmacıya dönüp "Bağırıyor" dediğiniz zaman, araştırmacının cevabı, "Lütfen devam edin, öğretmen!" olur.

Şekil 3.5
Milgram'ın Deney Düzeneği



135 voltta öğrenci acı ile daha çok inler ve 150 voltta, "Beni buradan çıkarın! Benim kalbim var, çıkarın! Deneye devam etmeyeceğim!" diye bağırır. Siz araştırmacıya dönüp "Çıkmak istiyor, ne yapayım?" diye sorunca, araştırmacının cevabı kesindir, "Araştırma devam etmelidir, öğretmen, lütfen devam edin." Şoka tepkisi, ızdırap çeken bir insanın çığlığıdır. 300 voltta ise, çaresizlik içinde, teste artık cevap vermeyeceğini 315 voltta da müthiş bir çığlıktan sonra artık deneye katılmadığını kızgın bir sesle bildirir. Bundan sonra hiçbir soruya cevap vermez sadece her şok verilişte işkence içindeki bir adamın çığlıkları duyulur.

Şimdi burada deneyin anlatımına biraz ara vererek böyle bir durumda ne yapardınız, onu soralım. Devam eder miydiniz? Ve sizce, bu durumda kalan deneklerin acaba yüzde kaçı devam ederdi? Yani ne kadarı 450 volta kadar öğrenciye şok vermeye devam ederdi? Bu soru bir grup psikoloji öğrencisine de sorulmuştur. Onların tahmini,

insanların ancak % 1'inin bu durumda en yüksek voltajlı şokları verebileceği şeklinde olmuştur. Bir grup psikiyatrdan da aynı tahmini yapmaları istenmiş, onlar da deneklerin çoğunun 150 volttan öteye geçmeyeceklerini tahmin etmişlerdir (150 volt, *öğrencinin* ilk olarak serbest bırakılmayı istediği noktadır). Ayrıca, psikiyatrlar, 300 volta gelindiğinde deneklerin ancak % 4 ünün emre itaat edeceğini ve ancak % 1 deneğin 450 voltluk şoku da vereceğini tahmin etmişlerdir.

Bu tahminleri bulgularla karşılaştırmadan önce, bu ürkütücü deneyin arkasındaki gerçeği açıklamakta yarar olabilir. Aslında *öğrenci*, araştırmacının asistanıdır. Kura çekilen kâğıtların her ikisinde de öğretmen yazmaktadır, yani sizin kesinlikle öğretmen rolünü almanız sağlanmıştır. Şok jeneratörü sahici değildir. Öğrencinin bağırma ve inlemeleri aslında bir teypten gelmektedir ve öğretmen rolüne sokulan bütün denekler bu teypten gelen aynı sesleri duymaktadırlar. Ancak, Milgram'ın itaat deneylerinde araştırma ortamı son derece inandırıcı olmuş, denekler tarafından "tamamen gerçek" olarak yorumlanmıştır. Araştırmadan sonra her deneğe bir şeyden şüphelenip şüphelenmediği sorulduğunda hiçbiri şüphelendiğini söylememiştir.

Yukarıda ayrıntılarıyla açıklanan bu ilk araştırma ABD'de Yale Üniversitesi'nde yapılmıştır ve çeşitli yaş ve meslekteki 40 katılımcıdan hiçbirisi 300 volttan önce durmamıştır! 5 denek 300 volttan sonra, 4 denek 315 volttan sonra, diğer bir 5 denek de seride daha sonra durarak araştırmaya devam etmeyi reddetmişler ve geriye kalan 26 denek (yani bütün deneklerin % 65'i) deneyin sonuna kadar devam ederek 450 voltluk şoku öğrenciye vermiştir! Bu sonuçlar hem kamuoyunu, hem de psikologları şaşırtmış, basında bu sonuçlara geniş çapta yer verilmiş, araştırma filme alınmış, hatta bir duruşmada delil olarak kullanılmıştır.

Milgram'ın itaat deneyi dünyanın birçok yerinde tekrarlanmış ve benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu deney, 1974'te ODTÜ'de Prof. Dr. Olcay İmamoğlu tarafından tekrarlanmıştır. İmamoğlu bu deneyi ODTÜ elektrik elektronik mühendisliği öğrencileriyle yapmıştır. Mühendisler elektrik şokunun voltları hakkında normal katılımcılara göre daha detaylı bilgiye sahip olmalarına rağmen, benzer sonuçlar elde edilmiştir.

40 denekten 26'sının emre itaat sonucu suçsuz bir insana zarar ve ızdırap vermeleri olayı, bu 26 kişinin kişisel özellikleriyle, örneğin, sadist olmalarıyla ya da saldırganlık güdüsüyle açıklanabilir mi? Bu tür bir açıklama yeterli olmayacaktır; çünkü bu araştırma bazı değişikliklerle (örneğin, araştırmanın yapıldığı bina, araştırmacının komutları verme şekli, öğrenci ve öğretmenlerin oturma düzenleri) birçok kere tekrarlanmış ve 1000'e yakın birey denek olarak kullanılmıştır. Genel sonuç ilk araştırmanınkinden pek farklı olmamış, sonuna kadar araştırmaya devam ederek 450 voltluk şoku veren deneklerin oranı çoğunlukla % 50'nin üstünde olmuştur. Çeşitli sosyo-ekonomik düzeylerde bulunan farklı eğitim ve mesleklere sahip, çeşitli yaşlardaki kadın ve erkek yetişkinlerden tesadüfî şekilde seçilen bu 1000 kişinin hepsinin de sadist olması olanaksızdır. Ayrıca, deneklerin, şokları öğrenciye vermekten memnun olmadıkları da

açıkça görülmüştür. Tersine, deneklerin büyük çoğunluğu terlemek, kekelemek, titremek, dudaklarını ısırmak, inlemek ve tırnaklarını ellerine batırmak gibi sinirlilik ve rahatsızlık belirtileri göstermişlerdir. Milgram'ın itaat deneyi konusunda daha fazla bilgi almak isterseniz www.stanleymilgram.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

Araştırma 4: Zimbardo'nun "Stanford Hapishane" Deneyi:

Zimbardo'nun yaptığı, Stanford hapishane deneyi de bu üç klasik sosyal etki araştırması gibi yaygın olarak bilinen önemli bir deneydir. Bu deneyde 24 normal, sağlıklı bireye rastgele mahkûm veya gardiyan rolleri verilmiştir. Mahkûm rolü verilmiş olan bireyler polis arabasıyla evlerinden alınarak gerçekçi polis prosedürlerinden geçirildikten sonra gerçek bir hapishane ortamına benzemesi için düzenlenen Stanford laboratuvarına gözleri bağlı olarak getirilmişlerdir. Ne mahkûm rolündeki ne de gardiyan rolündeki bireylere nasıl davranacakları konusunda herhangi bir bilgi verilmemiş olmasına rağmen deneyde rollerin gerektirdiği davranışların ve ortamın gerektirdiği normların ortaya çıktığı görülmüştür. Bu deney, Stanford Üniversitesi psikoloji binasının bodrum katındaki laboratuvar sahte bir hapishaneye çevrilerek yapılmıştır. Bireylerin rollerini hızlı bir şekilde benimsemeleri için mahkûm rolündeki kişilere savunmasız hissetmelerini sağlamak için sadece beyaz bir elbise ve kişilikleri göstermelerini engellemek adına saçlarını kapatmaları için kadın çorabı verilmiştir. Ayrıca mahkûm rolündekilere her zaman ayaklarında duracak bir zincir de takılmıştır. Deneyin başlangıcından itibaren mahkûm rolündeki kişilere onlara verilen numaralarla seslenilmiştir. Gardiyanlara ise düdük, aynalı gözlük ve cop içeren standart bir üniforma verilmiştir. Ancak gardiyanlar nasıl davranmaları konusunda herhangi bir özel eğitimden geçmemiş, sadece onlardan hapishanedeki düzeni korumak için ne yapılması gerekiyorsa onu yapmaları istenmiştir. Aslında deneyin iki hafta sürmesi planlanmıştı. Ancak, hem mahkumlar hem de gardiyanlar o kadar çabuk bir şekilde rollerine adapte oldular ki, sadece 6 gün içinde, gardiyanların üçte biri gerçek sadistik eğilim sergilemeye (örneğin, mahkumlara zorlayıcı görevler vermeye ve yerine getirmezse onları coplamaklar tehdit etmeye), mahkumların çoğu ise duygusal travma geçirmeye başladı. Herkesin rolüne kendini iyice kaptırdığı 6. günün sonunda deney araştırmacılar tarafından "tehlikeli bir durum oluşturma riski gösterdiği" için sonlandırılmıştır. Bu deneyin sonuçları şunu gösteriyor; normal, sağlıklı bireyler kendi kişisel kimliklerini kaybederek kendilerinden oynamaları beklenen role girip o rolün gerektirdiği şekilde davranışlar sergileyebiliyorlar (Haney, Banks ve Zimbardo, 1973). Zimbardo'nun hapishane deneyi hakkında daha fazla bilgi almak isterseniz www.prisonexp.org adresini ziyaret edebilirsiniz.

Görüldüğü üzere farklı ülkelerde tekrarlanan ve değişik gruplar ile yapılan bu farklı dört araştırmada da kişilerin uyma davranışı ile ilgili benzer sonuçlar alınmıştır. Dolayısıyla bu bulguları deneklerin kişilik özellikleriyle açıklamak yerine, bir sosyal etki olayı olarak yorumlamak daha gerçekçi olacaktır.

Yetkenin (otoritenin) etkisinin bu tür aşırı itaati nasıl oluşturduğuna tarihi bir örnek, Nazi Almanyası'dır. Kişilerin rollerinin ve otoritenin etkisinde kalarak diğer kişilere duygusal travma yaşattığı daha yakın zamandaki başka bir örnek de 2003 Irak savaşı sırasında Amerikalı askerler ve Iraklı mahkumlar arasında yaşanmış olaylardır. Demek ki, Milgram'ın laboratuvar deneyi ve Zimbardo'nun hapishane deneyi gerçek dışı görünmekle beraber aslında çok gerçek bir sosyal psikolojik olayı incelemekte ve kolaylıkla bir kenara atılamayacak bazı önemli sorular sormaktadır. Bu sorular sosyal etki ve ona uyma olayının sınırları ile ilgilidir.

Uyma Davranışını Etkileyen Etkenler

Uyma davranışını birçok etken etkilemektedir. Aşağıdaki tabloda bu etkenler başlıklar halinde verilmiştir ve sırasıyla işleneceklerdir.

Şekil 3.6
Uyma Davranışını Etkileyen Etkenler

UYMA DAVRANIŞINI ETKİLEYEN ETMENLER		
ORTAMSAL ETMENLER	**KİŞİSEL ETMENLER**	**KÜLTÜREL ETMENLER**
a) Grubun Büyüklüğü b) Grubun Söz Birliği c) Mevkii ve Saygınlık d) Yüz yüze Olma e) Benliğin Kaybedilmesi f) Gruba Bağlılık g) Gelecekteki Etkileşime Bağlılık h)Azınlık Etkisi	a) Benliğin Etkileri b) Birey Olma Gereksinimi c) Kişisel Kontrol Arzusu d) Yetkinliğin Etkisi e) Cinsiyet	a) Bireyci ve Toplulukçu Kültür

Uyma Davranışını Etkileyen Ortamsal Etkenler

Yukarıda anlatmış olduğumuz dört klasik araştırmanın önemli ortak yanı, hepsinin sosyal etkiyi ve onun meydana getirdiği uyma davranışını incelemeleridir. Bu dört deneyin ayrıntılarını göz önünde bulundurarak uyma davranışını etkileyen çeşitli ortamsal etkenleri anlamaya çalışalım. Bu etkenlerin hepsi her araştırma için söz konusu

olmadığından, her biri için hangi araştırma bulguları uygun düşüyorsa, onları gözden geçireceğiz.

a) Grubun büyüklüğünün etkisi nedir?

Asch, araştırmasını grubun büyüklüğünü değiştirerek birçok kere tekrarlamıştır. Esas denekten başka bir kişinin bulunup yanlış cevap verdiği iki kişilik gruplarda, denek hemen hemen hiç uyma davranışı göstermemiştir. Denekten başka sadece iki kişinin bulunduğu gruplarda uyma davranışı % 13 oranında görülmüş; yanlış cevap veren diğer üyelerin sayısı üçe çıkınca, deneğin uyma davranışı birden bire % 33'e sıçramıştır. Ancak yanlış cevap veren çoğunluğun sayısı daha da arttığı zaman (4 ve daha fazla), uyma davranışında fazla bir artış görülmemiştir. Bu sonuca dayanarak Asch, en fazla uyma davranışının 3-4 kişilik bir grup (çoğunluk) tarafından meydana getirildiğini öne sürmüştür. Ancak daha sonra yapılan bir deney (Gerard, Wilhelmy ve Connolley, 1968) bu yorumu desteklememiş ve devamlı olarak artan grup sayısına paralel olarak uyma davranışında da devamlı artma bulmuştur.

Milgram da (1969) çok kalabalık bir caddede bir alan deneyi gerçekleştirerek aynı sonuca ulaşmıştır. Bu deneyde bir, iki, üç, beş, on ya da on beş araştırma asistanı caddede durup yüksek bir pencereye doğru bakmışlardır. Gelip geçenlerden durup yukarı bakanların yüzdesi bir asistan yukarı bakarken % 4; beş asistan bakarken % 16; on asistan bakarken % 22; on beş asistan bakarken de % 40 olmuştur!

Bu sonuçlardan, daha büyük grupların, bireyi uyma davranışına itici gücünün daha fazla olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle grubun zorlaması ya da uymama davranışının cezalandırılabilmesi söz konusu olduğu zaman bu ilişkinin daha da belirgin olacağı düşünülebilir; üç kişinin inandığı bir fikre karşı koymak ile yüz kişinin inandığı bir fikre karşı koymanın arasındaki fark gibi.

Asch'in sonuçlarıyla şimdi ele aldığımız bu deneyler arasındaki farkın nedeni, uymanın konusu ve ortamı ile de ilgili olabilir. Nitekim Sherif'in otokinetik etki araştırmasında da Asch'inkine benzer bir sonuç alınmıştır. Sherif'in kullandığı otokinetik etki deneyinde, fiziksel gerçeğin çok belirsiz olduğunu hatırlayalım. Bu durumda, tek bir kişinin bile deneğin kararını etkilediğini görüyoruz. Yani Sherif iki kişilik gruplarda da etkileme ve grup normu oluşması görmüştür. Aynı şekilde, Milgram'ın itaat araştırmasında da, tek bir kişinin denekte ne denli kuvvetli bir uyma davranışı yaratabildiğini gördük. Demek ki, özellikle laboratuvar ortamında, kişinin etrafındakilerin fikrine güveni fazla ise, hele fiziksel gerçek de pek belirgin değilse, küçük grupların bile kişide uyma davranışı yaratma etkisi çok yüksek olabilir ve uyma davranışının yüksek olması için grubun sayısının büyük olması gerekmeyebilir. Günlük hayatta ise ortam, laboratuvardan farklı olduğundan, gruptaki kişilerin sayısı arttıkça uyma davranışına etkisi de o oranda artabilmektedir.

b) Grubun söz birliğinin etkisi nedir?

Asch'ın araştırmasında sonucu en çok etkileyen durumsal faktörün, grubun söz birliği etmesi olduğu görülmüştür. Bundan ve yukarıda belirtilen bulgulardan ötürü, Asch,

gruptaki kimselerin sayısından ziyade hepsinin aynı fikirde olmasının uyma davranışını etkilemekteki önemi üstünde durmuştur. Asch araştırmasında söz birliği etmiş üç kişilik bir çoğunluk etkisinde kalan deneklerin hemen hemen % 35'i uyma davranışı göstermiştir. Buna karşılık, esas denekten başka bir kişi bile çoğunluğa karşı çıktığı zaman, uyma davranışı 1/4 oranında azalmıştır. Demek ki, çoğunluğun fikrine karşı tek bir bireyin direncinden çok daha fazlasını iki kişilik bir azınlık gösterebilmektedir. Bu bulgudan, azınlığın önemi ortaya çıkmaktadır.

Sosyal etkiye, hatta zorlamaya uymayan bir başkasının varlığının kişinin direncini arttırdığı, Milgram'ın itaat deneyinde de görülmüştür. Bu deneyin bir değişik uygulamasında öğretmen rolünde ikinci bir kişi daha bulundurulmuştu. Bu kişi aslında araştırmacının asistanıydı. Bu öğretmen araştırmanın ortasında şok vermeyi reddederek deneye devam etmeyi reddedince, esas deneklerin de % 90'ı terk etme (itaat etmeme) davranışı göstermişlerdir. Bu oran, şüphesiz, araştırmada tek başına öğretmen olarak bulunan deneklerin gösterdiği dirençten (% 35) çok daha yüksektir ve sosyal etkiye dirençte iki kişinin bir kişiden ne kadar daha kuvvetli olduğunu bize gösterir. Bu konuya daha sonra Grup Psikolojisi bölümünde (Bölüm 9) tekrar değineceğiz.

Daha sonra yapılan bazı araştırmalar, esas denekteki uyma davranışının azalması için, çoğunluğa karşı çıkan diğer kimsenin esas denekle aynı fikirde bulunmasının dahi şart olmadığını göstermiştir. Örneğin, Allen ve Levin (1971) Asch tipi bir deneyde denekleri üç ayrı durumla karşı karşıya bırakmışlardır: a) dört kişilik söz birliği etmiş bir grup, b) üç kişilik bir çoğunluk ve doğru cevabı veren bir dördüncü kişi ve c) üç kişilik bir çoğunlukla, çoğunluğun verdiğinden başka; fakat başka bir yanlış cevabı veren bir dördüncü kişi. Tek tek bu farklı durumlarla karşı karşıya olan esas deneklerden üç ayrı çeşit yargıda bulunmaları istenmiştir: Asch tipi çizgi algısı yargıları; bilgi yargısı (coğrafya bilgileri vs.) ve fikir yargısı (çeşitli konularda fikir ya da tutumlar). Sonuçlar, esas deneklerin grup görüşüne uyma yüzdeleri olarak Tablo 3.1'de verilmiştir.

Söz birliği etmiş çoğunluk ile doğru ya da yanlış cevap vererek çoğunluktan ayrılan bir kişinin bulunduğu durumların denekte meydana getirdiği uyma davranışı yüzdesi Tablo 3.1'den de görüldüğü gibi, sözbirliği durumunda, esas deneğin gruba uyma davranışı diğer iki durumla karşılaştırılınca daha yüksektir. Bu etki, algı yargıları için en fazla, bilgi yargıları için en az düzeydedir. Araştırmanın en ilginç bulgusu, çoğunluğa ters düşen dördüncü kişi yanlış cevap veriyor olsa da denekteki gruba uyma davranışının azalmasıdır. Yani yanlış cevabı da verse, gruptan ayrı bir fikir belirten kişi, grupla aynı fikirde olmamanın da mümkün olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.1.
Grubun Söz Birliği ve Uyma Davranışı

	Yargı Türü		
	Algı	**Bilgi**	**Fikir**
Söz birliği (yanlış cevap)	.97	.78	.89
Bir doğru cevaplayıcı	.40	.43	.89
Bir daha yanlış cevaplayıcı	.47	.42	.72

Tabloda "söz birliği etmiş çoğunluk" ile "doğru ya da yanlış cevap vererek çoğunluktan ayrılan bir kişinin" bulunduğu durumların değişik yargı türleri için denekte meydana getirdiği gruba uyma davranışı yüzdesi verilmiştir.

Bu araştırmaların tümü, söz birliği halindeki bir grubun kişide uyma davranışı yaratmadaki gücünü göstermektedir. Buna karşı şunu da görüyoruz: çoğunluk baskısı ya da zorlayıcı yetkeye karşı direnebilen bir tek kişi bile, diğerlerinin de cesaret bularak direnebilmesine yol açabilmektedir. Bu da fikir ve konuşma özgürlüğünün toplumun sağlığı için ne denli önemli olduğuna işaret etmektedir.

c) Mevkiin ve saygınlığın (prestijin) etkisi nedir?

Sosyal etki kaynağının, yani sosyal uyma davranışına sebep olan kişi veya grubun, algılanan mevkisi ne kadar yüksekse bireylerde meydana getirdiği uyma davranışı da o kadar fazla olmalıdır. Milgram'ın itaat araştırmasında bunun belirgin bir örneğini görüyoruz. Milgram aynı araştırmayı Yale Üniversitesi yerine eski bir binada da yapmıştır. Deneyin bu farklı ortamdaki tekrarında deneklere, araştırmanın sanayi için çalışmalar yapan bir özel firma tarafından yapıldığı bildirilmiştir. Böylece Yale Üniversitesi'nin bilimsel saygınlığı ortadan kaldırılınca, esas deneyde denekler arasında % 65 oranında görülen sonuna kadar itaat davranışı % 48'e düşmüştür. Demek ki, yüksek saygınlığa ve mevkiiye sahip bir kaynaktan gelen sosyal etkiye uyma davranışı daha fazla olmaktadır.

Sherif'in otokinetik etki araştırmasının da iki denek ile birlikte yapılan kısmında, deneklerden birinin saygınlığı yüksekse, diğer deneğin onun yargısına daha da çok uyduğu görülmüştür. Demek ki, gerçeğin bir tanımını yapmaya çalışan bir kişi için saygın bir kimsenin görüşü, bu saygınlıktan yoksun bir kimseninkinden daha fazla ağırlık taşımaktadır.

Asch tipi araştırmalarda da aynı şekilde, uzmanlardan meydana gelen gruplara uyma davranışının daha fazla olduğunu görüyoruz. Bu konuya daha ileride iletişim ve propagandanın etkinliği konusunu ele aldığımız zaman tekrar değineceğiz.

d) Yüz yüze olmanın etkisi nedir?

Asch ve Sherif'in araştırmalarında denekler birbirlerini görmektedir. Milgram araştırmasının çeşitli tekrarlarında bu değişken sistemli olarak değiştirilerek uyma davranışına olan etkisi incelenmiştir. Araştırmacı, denek ile aynı odada olmayıp başka

bir odadan bir telefon aracılığı ile ona emir verdiği zaman, öğretmen rolündeki deneklerin uyma (itaat) davranışı % 65'ten % 22'ye düşmüştür. Bu çok önemli fark, yüz yüze sosyal ilişkilerdeki etkileme ve bunun sonucu olan uyma davranışının ne kadar daha kuvvetli olduğunu bize göstermektedir.

Milgram araştırmasının bir başka tekrarında da bu sefer *öğretmen* ile *öğrenci* yüz yüze sosyal ilişki içine sokulmuşlardır. Bu durumda öğrenci içerideki odada değil, öğretmenlik yapan deneğin yanında oturuyordu. Eli de elektrota bağlı değildi. Şok verilebilmesi için elini kendisi elektrik vericisinin üstünde tutuyordu. Deneyin bir şartı olarak, eğer öğrenci elini geri çekerse, öğretmenin onun elini tutup elektrik vericisinin üzerine bastırması gerekiyordu. Bu şekilde yakın yüz yüze ilişki, hatta dokunmayı içeren kişisel düzeydeki ilişki, tahmin edilebileceği gibi, öğretmen rolündeki deneklerin araştırmacıya itaatlerini azaltmış, sonuna kadar itaat oranı % 60'tan % 30'a düşmüştür; verilen şok voltajı ortalaması da 400 volttan 260 volta inmiştir.

Bu sonuçlardan da anlaşıldığı gibi yüz yüze olma durumu, sosyal etkinin şiddetini arttırmaktadır. Birinci tekrardaki gibi araştırmacının denekle aynı odada olup olmaması, onun denek üstündeki etkisini sistemli bir biçimde değiştirmiştir. Başka bir deyişle yüz yüze olma durumunda sosyal etki, yani denekteki itaat davranışı artmaktadır. İkinci tekrarda ise, öğrencinin denekle aynı odada olup olmaması bu sefer onun denek üstündeki etkisini değiştirmektedir, ancak burada ters yönde bir ilişki ve davranış, yani öğrencinin canını acıtmama davranışı söz konusu olduğundan, bu sefer bu davranışta bir artma görülmektedir.

Asch araştırmasında, deneklerin yüz yüze bulunduklarına değinmiştik. Crutchfield (1955), Asch türü araştırmayı değişik bir teknikle uygulamıştır. Bu teknik sayesinde tek bir gerçek denek ve denek rolündeki araştırmacının asistanlarının hep bir arada olmaları yerine, aynı anda birçok denek, hiç asistan kullanılmadan gözlenebilmektedir. Şöyle ki, her denek tek kişilik bir küçük bölmede yandaki bölgelerdeki denekleri görmeden oturmaktadır. Her biri, bir ekranda karşılaştırılacak çizgileri görmekte ve doğru olarak düşündüğü cevabı önündeki üç düğmeden birine basarak belirtmektedir. Ayrıca her deneğin önünde diğer deneklerin verdiği cevapları bildiren elektronik bir ekran vardır. Her deneğe, sonuncu (beşinci) olarak cevap vereceği söylenmekte, böylece her denek kendisi cevap vermeden önce diğer dört deneğin cevaplarını görebilmektedir. Aslında bu *cevaplar* gerçekten diğer deneklerin cevapları olmayıp, araştırmacı tarafından istenildiği gibi ayarlanabilmektedir. Böylece aynı Asch deneyinde olduğu gibi, denek bazı kartlara (uyaranlara) cevap vermeden önce, diğer deneklerin *yanlış cevabı* ile karşılaşmaktadır. Bu durumda, denek, diğer deneklerle yüz yüze olmadığı halde, aynı Asch araştırmasında olduğu gibi, onların yanlış cevabına uyacak mıdır?

Daha önce Milgram'ın araştırmasını incelerken öne sürdüğümüz ilkeyi hatırlayalım: yüz yüze ilişki, sosyal etkiyi arttırır. Buna göre, Asch araştırmasında, Crutchfield araştırmasından daha fazla sosyal etki oluşması ve bunun sonucu, daha fazla uyma davranışı meydana gelmesi gerekir. Nitekim sonuçlar da böyle çıkmıştır. Ancak Asch

araştırmasındakinden az olmakla beraber; Crutchfield araştırmasında da % 30 oranında tahmin edilenden daha fazla uyma davranışı görülmüştür. Bu fark, aynı teknikleri kullanan diğer bazı araştırmaların sonuçlarında da görülmüştür (Deutsch ve Gerard, 1955; Levy, 1960). Bu araştırmaların hepsinde yüz yüze bulunma durumu, sosyal etkiyi ve dolayısıyla uyma davranışını arttırmıştır.

e) Benliğin kaybedilmesinin etkisi nedir?

Dokuzuncu bölümde detaylı bir şekilde anlatıldığı gibi, sosyal kolaylaştırma (social facilitation) deneyleri, grup içinde olmanın insanları uyardığını ve performanslarını arttırdığını, sosyal kaytarma (social loafing) deneyleri ise gruplarda sorumluluğun dağıldığını ve kişilerin çeşitli görevlerde normalden daha düşük performans gösterdiği göstermiştir. Uyarılmışlık ve yayılmış sorumluluk bir araya geldiği ve normal engellemeler kalktığı zaman ortaya çıkan sonuçlar şaşırtıcı olabilmektedir. Grubun gücü, kişiyi heyecanlandırmakta, kendi benliğinden daha büyük bir şeyin içinde olma hissi vermektedir. Bazı gruplarda, insanların normal kısıtlandırmalardan uzaklaştığı, kendi kişiliklerini yitirdikleri ve grup normlarına daha duyarlı hale geldikleri görülmektedir. Bu duruma Festinger, Pepitone ve Newcomb (1952) *kimlik belirsizliği (de-individuation)* adını vermişlerdir. Zimbardo'nun Stanford hapishane deneyi de, kişilerin mahkûm veya gardiyan rollerine atanması sonucu o kişilerin kendi kişiliklerini yitirip, kimlik belirsizliği yaşadıklarına ve sadistçe davrandıklarına dair somut bilgiler sunmaktadır.

Bize uzak olan ya da kişiliğini yitirmiş birini istismar etmek daha kolaydır. Şartlar böyle olduğunda insanlar büyük trajedilere bile tepkisiz kalabilirler. Cellatlar genelde idam mahkûmlarının başına başlık geçirerek onların kişiliklerini yok ederler. Savaş etiği, bir bombanın bir köye 12,000 kilometre uzaklıktan atılmasına izin verir ama silahsız bir köylüye ateş etmeye izin vermez. Çoğu asker, görebildikleri bir düşmanla mücadele ederken ateş edemezler. Bu tür bir itaatsizlik, uzaktan topla ya da uçaklı silahlarla öldürme emri almış kişilerde nadir görülür (Padgett, 1989).

Bazı kabile kültürlerinde savaşçılar savaşa hazırlanırken yüzlerine ve vücutlarına bir örnek boya sürerek benliklerini kaybederler. Yapılan araştırmalar (Watson, 1973) benliğini kaybeden savaşçıların, savaş esirlerine daha vahşice davrandığını göstermiştir.

Günlük yaşantıda karşılaşabileceğimiz benlik kayıplarına örnek olarak ise çoğunlukla futbol maçlarındaki taraftarların yaşadıkları verilebilir. Stadyumdaki taraftarlar ait oldukları grubun gücü ile kendi benliklerini grubun içinde kaybedebilir ve grup ile birlikte, tek başlarına yapmayacakları yönde hareket etmeye başlayabilirler.

Ancak farklı bulgular da görülmüştür. Örneğin, Georgia Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmada, bir kişiye ne kadar şok vermesi gerektiğine karar vermeden önce bazı denekler hemşire üniforması giydiler. Üniformayı giyen denekler daha az saldırgan hale geldiler. Çünkü hemşirelik kimliği saldırganlıkla bağdaşmaz. 60 ayrı "benlik kaybolması araştırması" sonucunda Postmes ve Spears (1998) tanınmaz olmanın (ya da benlik kaybının) insanı daha az kendinin bilincinde yaptığı, daha çok grubun bilincinde ve ortamdaki ipuçlarına duyarlı hale getirdiğini bulmuştur. Dolayısıyla kişinin

içinde bulunduğu ortam bireyin kendi kişiliğinin ortaya çıkmasını engellemekte ve bireyi ortamın yani ortamdaki grubun gerekliliklerini yapması için yönlendirmektedir.

f) Gruba bağlılığın etkisi nedir?

Sherif, Asch ve Milgram'ın deneylerinde, gruptaki kişiler birbirlerini tanımamaktadır. Oysa gerçek yaşamda çoğu zaman birbirlerini tanıyan insanların oluşturduğu gruplarda sosyal etki ve uyma davranışı görülür. Bu gruplarda uyma davranışına etki eden bir başka faktör bireylerin gruba ne kadar bağlı olduğudur. Grup üyesi kendini gruba ne kadar yakın hissetmektedir? Grubun bir üyesi olmak onun için ne kadar önemlidir? Bu sorulara verilecek cevaplar, başka bir deyişle, grup ve bireyler arasındaki ilişkinin derecesi uyma davranışına etki eder. Gruba bağlılık, bireyin gruba bağlılığını sürdürmeye yarayan tüm olumlu veya olumsuz etkenlerle ilişkilidir. Grup üyelerinden hoşlanmak, grubun önemli amaçları olduğuna inanmak, grup üyelerinin birbirleriyle uyum içinde çalıştığını görmek, grubun üyesi olmakla elde edilen kazançlar vb. nedenler olumlu etkenlere örnek olarak gösterilebilir.

g) Gelecekteki etkileşime bağlılığın etkisi nedir?

Eğer kişiler içinde bulundukları grup ile gelecekte sürekli ya da uzun süreli etkileşim içinde bulunacaklarını tahmin ediyorlarsa grup normlarına uyma davranışları artmaktadır. Lewis, Langan ve Hollander'in (1972) yaptığı araştırmada katılımcılar beş kişilik gruplara ayrılıp bazı konular üzerinde tartışmışlardır. Daha sonra kişilerin bir kısmı içinde bulundukları grup ile gelecekte bir araya gelip tartışılan konuların üzerinden geçeceklerine inandırılmışlardır. Grup ile bir kez daha bir araya geleceğine inanan kişiler çoğunluğun düşüncesine daha çok uyum davranışı göstermişlerdir.

h) Azınlığın etkisi nedir?

Uyma davranışında grubun söz birliğinin etkisini tartışırken, gruptaki kimselerin sayısından çok, gruptaki kişilerin hepsinin aynı fikirde olmasının rol oynadığını söylemiştik. Yani herkesin aynı fikirde olması uyma davranışını etkiler. Ancak, gerçek yaşamda gruplarda herkes aynı fikirde olmayabilir ve hatta grubun içindeki bir azınlığın, grubun çoğunluğunun fikrini etkilemeyi başardığı da görülebilir. Azınlık grupların etkileri çoğu zaman grupların değişimi, yeni fikirlerin gelişmesi ve *yenilik* olarak karşımıza çıkar. Yani, sosyal etkide bulunmanın tek yolu çoğunluk olmaktan geçmez. Burada, azınlıkların grubun uyum davranışına etkisini gözden geçireceğiz.

Galileo'nun 16.yy.da Dünya'nın Güneş'in etrafında döndüğünü iddia ettiği dönemi düşünürsek, ne kadar zor bir iş başarmış olduğunu anlayabiliriz. Bize şimdi çok basit bir bilgi gibi görünen dünyanın güneşin etrafında dönmesi gerçeği, 16. yy. da bütün inanışlara karşı ortaya sürülen ve sonunda Galileo'nun cezalandırılmasına neden olan bir fikirdi. Daha günlük yaşamdan bir örnek düşünürsek, örneğin A partisine oy vermeyi düşünen bir arkadaş grubu içinde, B partisine oy verilmesi gerektiğini düşünen birinin olduğunu düşünelim. Bu kişi, yeterli argümanı etkili bir biçimde savunur ve

gruptaki diğer arkadaşlarını ikna edebilecek güce ulaşırsa, burada da azınlığın gücü ortaya çıkar.

Azınlığın grup üzerinde etkili olabilmesi belli şartlara bağlıdır. Bu şartlardan ilki, azınlık grup üyelerinin çoğunluk grup üyelerinin düşüncesine karşı çıkarken tutarlı olmaları ve fikirlerini sunarken kendilerine güvenmeleri gerekliliğidir. Zaman zaman da olsa, azınlık grubun görüşlerinin çoğunluğun görüşüne kaydığının hissedilmesi, etkisinin kaybolma olasılığını yükseltir. Moscovici ve arkadaşları (1969), tutarlılığın önemini göstermek için bir deney yapmışlardır. Bu deneyde deneklere yeşil bir slayt göstermişler ve gördükleri rengin mavi mi, yeşil mi olduğunu sormuşlardır. Her grup 4 denekten ve 2 araştırmacı asistanından oluşmaktadır. Tutarlı olmayan azınlık grubunda, 2 asistan bazen yeşil, bazen mavi derken, tutarlı azınlık grubunda rengin hep yeşil olduğunu söylediler. Sonuçlara bakınca, tutarsız olan azınlığın, grubun kararı üzerindeki etkisinin yok denecek kadar az olduğu görülürken, tutarlı azınlık, yapılan deneylerin % 8'inde tüm grup üyelerini etkileyebildiler.

Diğer taraftan azınlık gruplarının etkili olabilmelerinin ikinci şartı, azınlık grup üyelerinin tutucu ve katı görünmemeleridir. Azınlık, açık görüşlü görünmelidir. Bir noktaya kadar esneklik gösterebilen bir azınlık grup, sürekli aynı görüşü yineleyen bir azınlık gruptan daha ikna edicidir.

Sadece fikir ve tutum bakımından çoğunluktan ayrılan azınlık gruplar, çoğunluktan hem fikir ve tutum hem de grup üyeliği açısından ayrılan azınlıklara oranla sosyal etkide daha başarılıdır. Örneğin, aynı köydeki kişilerden oluşan bir grup içinde ortaya çıkan fikir ayrılığında azınlıkların gruba etki etme olasılığı (tek azınlık durumu), farklı bir köyden gelip de, o köydeki insanların fikirlerine aykırı fikirler öne süren bir azınlık grubun (çifte azınlık durumu) etki etme olasılığından daha fazladır. Bu azınlık grup iki açıdan azınlık konumunda olacağı için (hem farklı köyden olmaları hem de farklı bir fikri savunmaları) etkili olma olasılığı daha da düşüktür. Azınlık gruplar tutarlı olsalar, kendilerine ve fikirlerine güvenseler, aynı zamanda açık görüşlü ve esnek olsalar ve karşı çıktıkları çoğunluk grupla aynı gruptan gelseler bile etkili olamayabilirler. Çoğunlukta olan fikirlerin etki gücü gerçekten de büyüktür. Azınlığın çoğunluğa karşı çıkması ve etkili olması mümkün olmasa bile, yine de bir azınlığın, yani var olan yaygın görüşe karşı bir görüşün olması önemli değişikliklere yol açabilir. Örneğin, çok sayıda insanı konu hakkında daha derin ve eleştirel düşünmeye sevk eder. İnsanların şu tür sorular sormalarına neden olur: "Haksız olsalar kendilerinden bu kadar emin olabilirler miydi?", "Az da olsa insanların görüşümüze karşı çıkması mümkünse, görüşümüzün tamamen doğru olması acaba olası mı?", "Bu azınlık grubun dayandığı nokta gerçekten üzerinde düşünülmeye değer mi?" gibi... İnsanları bu soruları sormaya yöneltmek bile azınlığın gruba etki ettiği anlamına gelir ve insanları daha eleştirel olmaya davet etmesi açısından da önemlidir.

Bu kısımda uyma davranışını etkileyen bazı önemli ortamsal etkenleri gözden geçirdik. Bu ortamsal etkenleri ele almamızın temel nedeni, sosyal etki ve uyma davranışının ortamdan ortama nasıl değişebileceğini göstermekti. Demek ki, sosyal etkiye

uyma, kişiye has değişmeyen bir özellik değil, bazı ortamlarda daha fazla, bazı ortamlarda ise daha az ortaya çıkan bir değişkendir. Şimdi de uyma davranışını etkileyen kişisel etkenlerden bahsedeceğiz.

Uyma Davranışını Etkileyen Kişisel Etkenler

Bölümün başında örnek olarak incelediğimiz araştırmaların önemli bir ortak yanı da, hiç birisinde uyma davranışı % 100'ü bulmamıştır. Akla gelen önemli sorulardan birisi, bazı kimselerin karakterleri bakımından daha fazla *uyan* kimseler olduğunun söylenip söylenememesidir. Aşağıda uyma davranışını etkileyen kişisel etkenlerin bir kısmını inceleyeceğiz.

a) Benliğin etkisi nedir?

İnsanlar benliklerinin farklı taraflarını ön planda tutarlar. Benlik bölümünde (Bölüm 8) göreceğimiz gibi bazı kişiler için benliklerinin ilişkisel yönleri öncelik taşırken, bazıları için benliklerinin bireyci yönleri ön planda olur. İlişkisel benlik bir grup içinde daha çok anlam kazanır. İlişkisel benliğin daha fazla önem taşıması, kişilerin grubun ne dediğine daha fazla dikkat etmelerine yol açar, sosyal normlar önem kazanır ve dolayısıyla uyma davranışı daha fazla görülür. Benliğin bireyci yönlerinin ön planda olduğu kişiler ise, kendi kişisel düşüncelerini ve ilkelerini daha fazla önemser ve kendilerini grubun dediğine uymak zorunda hissetmezler. Kişiler arasındaki bu farklılık, sadece kişilere ait bir özellikmiş gibi görünse de, temelde kültürün kişilerin benliklerinde yarattığı bir etkidir. Bu konuyu, uyma davranışını etkileyen kültürel etkenle başlığında daha ayrıntılı olarak inceleyeceğiz.

b) Birey olma gereksiniminin etkisi nedir?

Bazı kişiler, bireyselliklerini koruma ve kendine has olmayı çok önemserler. Herkesin yaptığını, herkesin giydiğini, söylediğini vs. yapmak hoşlarına gitmez ve kendilerine has kimliklerini sürdürmekte ısrarlı olurlar. Maslach ve arkadaşları (1985, 1987) birey olma gereksinimi yüksek olan insanları belirleyebilmek için bir test geliştirmişlerdir. Bu testte kişilerin toplulukta, kendilerini başkalarından ayıran davranışlarda bulunma istekleri ölçülmektedir. Örneğin, "büyük bir topluluğa konuşma yapmak", "yabancı bir grup insana tartışmalı bir konuda kendi fikirlerini sunmak", "doğruluğu hakkında emin olmadığınız bir fikrinizi ortaya koymak" gibi sorularla kişilerin birey olma gereksiniminin derecesi saptanabilmektedir. Laboratuvarda gerçekleştirilen uyum araştırmalarında birey olma gereksinimi güçlü olan deneklerin daha az uyma davranışı gösterdikleri, çoğunluğa daha az uydukları ve yaratıcı aykırılıkta bulundukları görülmüştür.

c) Kişisel kontrol arzusunun etkisi nedir?

Birey olma gereksiniminin dışında, bazen de kendi davranışlarımız üzerinde kişisel kontrole sahip olduğumuzu hissetmek için sosyal etkiye karşı çıkar, uyum davranışı göstermeyiz. Brehm ve arkadaşları (Brehm, 1966; Brehm ve Brehm, 1981), bu

konuya açıklık kazandırmak amacıyla *psikolojik direnme* (psychological resistance) kuramını geliştirmiştir. Bu kuramda, insanların belli davranışsal özgürlüklere sahip olmak istedikleri için bu özgürlükleri sınırlandırma çabalarına tepki gösterecekleri ve direnecekleri ileri sürülmektedir. Örneğin, Elif'in annesi ona belli bir kıyafeti giymesini söylediği zaman, Elif kendi davranışları (istediğini giyebilmek) üzerinde kontrol sahibi olmak için annesine karşı gelebilir. Bu durumda sosyal etkiye uymama davranışı görülür. Bu konuda bir direnme oluştuğunda, annesi tarafından yasaklanan davranış çekici hale gelebilir.

Jerry Burger (1987), yaptığı bir deneyde, önce deneklerin kişisel kontrol arzusu düzeyini ölçtü. Arkasından onlara bazı gazete karikatürlerini ne kadar komik bulduklarını sordu ve 1'den (hiç komik değil) 100'e kadar (çok komik) bir ölçekte belirtmelerini istedi. Bir durumda denekler, karikatürleri kendi başlarına değerlendirirken, bir başka durumda iki araştırmacı asistanıyla birlikte değerlendirmeye katıldılar. İkinci durumda, asistanlar, deneğin duyacağı bir şekilde karikatürleri oldukça komik olarak (70'le 100 arasında) değerlendirdiler. Oysa bu karikatürler Burger'in önceden yaptığı pilot çalışmada oldukça aptalca bulunmuş ve ölçekte "hiç komik değil"e yakın uçta değerlendirilmişti.

Deneyden elde edilen sonuç şunu göstermiştir: Kişisel kontrol arzusunun düzeyi, denekler karikatürleri kendi başlarına değerlendirirken sonucu etkilemedi. Ancak, değerlendirmenin araştırmacının asistanlarıyla birlikte yapıldığı durumda, kişisel kontrol arzusu kuvvetli olan denekler asistanların görüşlerine daha az katıldılar. Bu kişiler sosyal etki karşısında tamamen duyarsız olmasalar da, düşük kişisel kontrol arzusu olan kişilere oranla sosyal etkiye daha fazla direnç göstermişlerdir.

d) Yetkinliğin etkisi nedir?

Kişinin yetkinliği grubun diğer üyelerinin yetkinliğine nazaran daha az ise kişinin gruba uyma davranışı artmaktadır. Eğer kişi grubun üstünde çalıştığı bir görevde başarılı performans gösteriyorsa kendisini daha bilgili ve yetkin gördüğü için grubun baskısına karşı koyabilecektir. Ancak kişinin kendini kişisel olarak ne kadar yetkin gördüğünün objektif yetkinlik derecesinden daha önemli olduğu da görülmektedir. Kişi eğer kendini diğer kişilerden daha yetkin görüyorsa grubun kararlarına daha az güvenir ve uyma davranışına karşı koyar.

e) Cinsiyetin etkisi nedir?

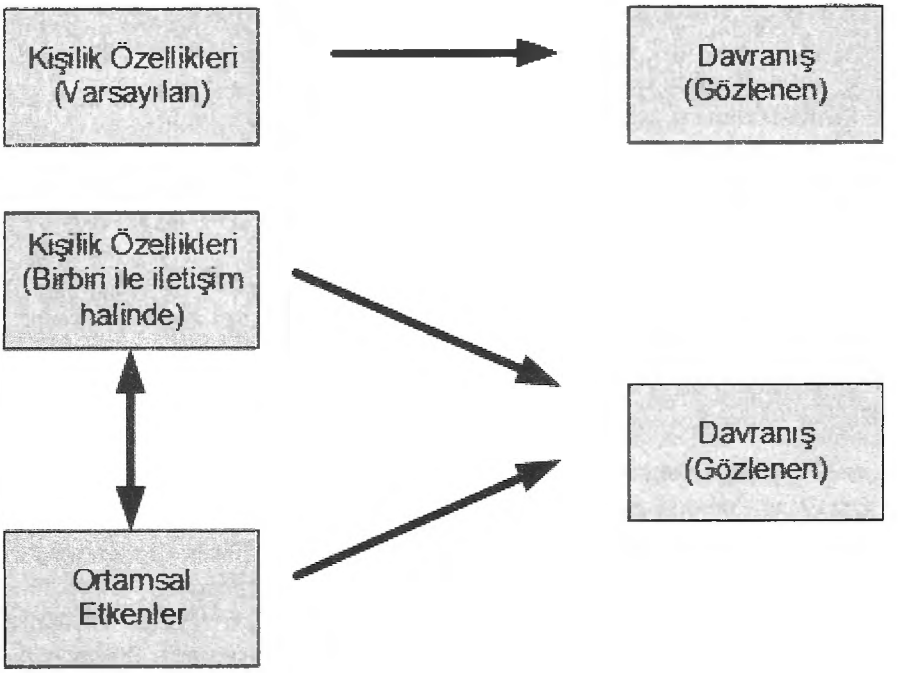
Sosyal etki ile ilgili yapılan ilk araştırmalar kadınların uyum göstermeye erkeklerden daha fazla eğilimli olduklarını göstermişse de, son yıllarda yapılan araştırmalar, bu konuda çok az bir cinsiyet farkı olduğunu ortaya koymuştur. Uyum davranışında cinsiyet farkının ortaya çıktığı durumlar daha çok, insanların başkalarıyla aynı fikirde olmadıklarını yüz yüze etkileşim içinde belirtmeleri durumlarıdır. Başkalarının kendisini izlediğini bilen kadınlar, aynı durumda bulunan erkeklere göre daha fazla uyum davranışı göstermişlerdir (Eagly ve Chravala, 1986). Bu farklılık biyolojiye dayalı ne-

denlerden çok, kadın ve erkeğin sosyal rolleriyle ve sosyal beklentilerle açıklanmaktadır. Sosyal roller ve beklentiler genellikle kadınlardan daha "uyumlu" davranmalarını beklemektedir.

Yukarıda bahsettiğimiz kişilik özelliklerine ek olarak, uyan (bağımlı) deneklerle, uymayan (bağımsız) denekler arasında şu tür farklılıklar saptanmıştır (Crutchfield, 1955): bağımsız deneklerin "entellektüel etkinlik", "ego gücü", "liderlik yeteneği" ve "sosyal ilişkilerde olgunluk" özelliklerine daha fazla sahip oldukları; buna karşılık bağımlı deneklerde "aşağılık duyguları"nın, "katı ve aşırı benlik kontrolü"nun ve "yetkeci (otoriteryen)" tutumların daha fazla görüldüğü ortaya çıkmıştır.[2]

Kişilik özellikleri arasındaki böyle tutarlı ilişkiler, *bağımlı kişilik* diyebileceğimiz bir kişilik türünün varlığına ya da *uyma*nın bir kişilik özelliği olabileceğine işaret etmektedir. Ancak, bu tür bir "kişilik" kavramlaştırması, durumdan duruma değişmeyen bir davranış tutarlılığını varsayar. Yani, Asch tipi bir deneyde grup yargısına uyan bir kimse, başka durumlarda da uyma davranışı gösterecek demektir. Acaba araştırma sonuçları bu görüşü destekliyor mu?

Şekil 3.7
Davranışı Meydana Getiren Etkenlerin Etkileşimi



[2] Bu çeşitli kişilik özellikleri deneklere etraflı kişilik ve tutum envanterleri, mülakat vb. teknikler uygulanarak saptanmıştır. Bu özelliklerden yetkeci tutumlar daha ileriki bölümlerde ele alınacaktır.

Bazı araştırmalar gerçekten de uyma davranışının bazı kimselerde genel bir eğilim olduğunu göstermiştir. Örneğin, Rosner (1957) hemşirelerle yaptığı bir araştırmada, bazı deneklerin birçok farklı durumda uyma davranışı gösterdiğini bulmuştur. Abelson ve Lesser (1959) öğretmenin yargısına uyan çocukların, annelerinin yargısına da uyduklarını gözlemlemişlerdir. Back ve Davis (1965), bir deneyde diğer kimselerin görsel yargılarına uyan deneklerin, arkadaş gruplarının normlarına ve yetke (otorite) baskısına da daha fazla uyma davranışı gösterdiklerini bulmuşlardır. Stricker ve arkadaşları da (1970), dört değişik konudaki uyma davranışlarının + . 09 ile + . 60 arasında değişen korelasyonlar gösterdiğini bulmuşlardır.

Bu bulgulardan şöyle bir sonuca varabiliriz. Bazı kimselerde genel bir uyma eğilimi olup çeşitli ortamlarda uyma davranışına dönüşebilmektedir. Aynı şekilde, bazı kimseler de birbirinden farklı durumlarda hep ters tepki gösterme eğiliminde olabilir. Diğer bazı kimseler ise genellikle sosyal etki karşısında bağımsız bir davranış gösterebilir. Ancak kişilik özelliklerine dayanan bu tipleştirmeyi fazla ileri götürmemek gerekir; çünkü aynı kişinin bir durumda uyma davranışı gösterirken, bir başka durumda sosyal etkiye uymadığı da gözlenebilir. Ayrıca, bazı kimseler farklı durumlarda başkalarından daha az tutarlı davranış gösterebilirler.

Psikolojide uzun bir süre davranış, kişilik özellikleri ve kişilik tipleştirmeleri ile açıklanmıştır. Kişilik özelliklerinin davranışı doğrudan meydana getirdiği varsayılmıştır. Ancak daha sonraki ele alışlar (örneğin, Mischel, 1968; Marlowe ve Gergen, 1968, 1970) özellikle ahlaki davranışlarda görülen düşük tutarlılığa ve değişkenliğe dikkati çekmiştir. Bu daha yeni görüşlere göre, kişilik özellikleri davranışı etkileyici rol oynamakla beraber, onun "tek nedeni" olamaz. Ortamsal etkenler, kişilik özellikleri ve ortamsal etkenler arasındaki etkileşim ve kişilik özelliklerinin kendi aralarındaki etkileşim gibi farklı etmenlerde davranışı etkilemektedirler. Bu değişimi Şekil 3.7'de görebiliriz.

Şekil 3.7'nin alt panelinde de görüldüğü gibi, davranışı belirlemede iki tür etkileşim söz konusudur. Bunlardan birisi çeşitli kişilik özelliklerinin kendi aralarındaki etkileşimidir. Yani, kişilik özellikleri tek tek değil, birbirleriyle etkileşim halinde davranışı etkilerler. Örneğin, yetkeci kişilik tipinin, endişeliyken normalden daha fazla uyma davranışı gösterdiği, endişeli değilken normalden daha az uyma davranışı gösterdiği bulunmuştur (Kogan ve Wallach, 1964; Wrightsman, 1972). İkinci tür etkileşim ise, kişilik özellikleri ile ortamsal etkenler arasındaki etkileşimdir. Örneğin, yetkeci bir kişilik yapısı, bir otoritenin varlığında (örneğin bir öğretmenin yanında) davranışa yansıyabilir, yani yetkeci davranış meydana getirebilir fakat arkadaşça ilişkilerde davranışı etkilemeyebilir.

Bu örneklerden de anlaşıldığı gibi, uyma davranışını gereği gibi anlamak için kişilik özelliklerini saptamak önemli olmakla beraber yeterli değildir. Nitekim bölümün başında incelediğimiz uyma davranışını etkileyen ortamsal etkenler de bunu göstermektedir. Yani kişilik özellikleri ile ortamsal etkenler arasındaki etkileşimin önemi büyüktür. Hatırlayacak olursak Sherif, Asch, Milgram ve Zimbardo deneylerinde, uyulan grubun büyüklüğü, grubun söz birliği içinde olması, mevki ve yüz yüze olma,

uyma davranışını etkileyen *ortamsal* etkenler olarak ortaya çıkmıştı. Uyma davranışı bunlardan etkilenmekte, kişiliğe bağlı değişmez bir özellik olarak görülmemektedir. Örneğin, Milgram deneyini açıklarken deneklerin sadist olduklarından dolayı öğrenciye şok verdikleri şeklindeki bir açıklamanın değerinin pek olmadığını, şok verme davranışının çeşitli ortamsal etkenlere göre değiştiğini gördük. Böylece, davranışı, kişilik ve ortamsal etkenlerin etkileşimi çerçevesinde ele alan daha karmaşık bir model, davranışın gösterdiği değişkenliği daha iyi açıklayabilmektedir.

Uyma davranışını meydana getiren bu mikro düzeydeki etkenlerin dışına çıkarak daha geniş sosyal çevrenin ve kültürün de etkisi incelenebilir. Örneğin, "Kültürden kültüre uyma davranışı değişir mi?" diye bir soru sorulabilir. Şimdi bu soruya birlikte cevap bulmaya çalışalım.

Uyma Davranışını Etkileyen Kültürel Etkenler

İnsanların farklı kültürlerden geliyor olmaları acaba onların uyma davranışını etkiler mi? Kültürlerarası psikolojinin gelişmeye başladığı 80'li yıllardan itibaren, bu yüzyılın ilk yarısında yapılmış ve artık klasik sayılan deneylerin bütün kültürlere genellenebilirliği tartışılmaya başlandı. Araştırmalar farklı kültürlerde tekrarlandı ve bulgular irdelendi. Asch ve Milgram deneyleri kültürlerarası araştırmalar ile en çok tekrarlanan klasik deneylerdir. Asch (1951)'in uyma deneyi en az 13 farklı kültürde tekrarlandı. Bu çalışmalara İngiltere'de Perrin ve Spencer (1981), Japonya'da Frager (1970) ve Belçika'da Hatcher (1982) çalışmaları örnek olarak gösterilebilir. Bu çalışmalarla, toplulukçu kültürlerin bireyselci kültürlere göre daha fazla uyma davranışı gösterdiği bulundu. Aynı şekilde, Milgram(1974)'ın itaat deneyi de birçok kültürde tekrar edildi. Örneğin, İtalya'da Ancona ve Pareyson (1968), Almanya'da Mantell (1971), ve İspanya'da Miranda ve arkadaşları (1981) itaat deneyini tekrar eden araştırmalar yaptı. Avustralyalılar ve İngilizler Asch'in Amerikalılarla yaptığı orijinal deneyine göre daha az itaatkâr olarak bulunurken, İspanyollar, Almanlar, İtalyanlar ve Hollandalılar Amerikalılara göre daha fazla itaatkâr bulunmuşlardır (Smith ve Bond, 1993). Sonuçlar genel olarak, uyma davranışının bireyci ve toplulukçu kültürler arasında farklılık gösterdiğine işaret etti.

Bireyci ve toplulukçu kültürlerin uyma davranışıyla bağlantılandırılabilecek özelliklerini gözden geçirelim: Bireyci kültürlerde kişinin çıkarları grup çıkarlarından daha önemliyken, toplulukçu kültürlerde grup çıkarları bireylerin düşünce ve davranışlarını yönlendirir. Kağıtçıbaşı da (1990, 1998) toplulukçu kültürleri *beraberlik kültürü*, bireyci kültürleri de *ayrışıklık kültürü* olarak belirlemiş ve bu farklı kültürlerdeki benlik ve kişiler arası ilişkileri incelemiştir. Toplulukçu kültürlerin insanları, gruplarının onayını almayı bireyci kültürden insanlara göre daha fazla önemserler. Bireyci kültürden bir kişi gruptan özerk olma ve birey olma gereksinimine daha fazla sahiptir. Bu farklı kültürel yönelimlerden çıkarılan sonuç, toplulukçu kültürden olan kişilerin bireyci kültürden olan kişilere oranla daha fazla uyma davranışı gösterecekleri yönündedir. Gruba uyum, toplulukçu kültürlerde, bireyci kültürlerde olduğu gibi bir zayıflık

ve birey olma özelliğini yitirme işareti sayılmaz. Tam tersine, kişiden beklenen budur ve olgunluk belirtisidir.

Ancak toplulukçu kültürden gelen insanların daha fazla uyma davranışı göstermesi beklentisi, onların bütün gruplara kayıtsız şartsız uyacakları anlamına gelmez. Söz konusu olan grubun hangi grup olduğu, uyma davranışının ne yönde olacağının saptanmasında önem taşır. Sosyal Biliş bölümünde de görüleceği gibi, gruplar iç ve dış gruplar olarak düşünülebilir. İç gruplar, kişilerin ait olduğu, onlar için önem ve anlam taşıyan gruplardır. Dış gruplar ise kişinin üyesi olmadığı gruplardır. Toplulukçu kültürlerde iç grup-dış grup ayırımı daha belirgindir. Sınırlar daha belirgin çizilmiştir ve iç grup üyelerine karşı davranışlar dış grup üyelerine karşı davranışlardan farklıdır. Böyle bir farklılaşma, uyum davranışının da hangi grupta ne şekil alacağının ayırt edilmesini gerektirir. Araştırmalar, toplulukçu kültürden gelen insanların iç grubun normlarını kendi normları gibi benimsediklerini ve iç grup normlarına uyduklarını göstermiştir (Shweder ve LeVine, 1984). Ancak, aynı kişilerin dış gruptan kişilerin normlarına güvenmedikleri ve bu yüzden dış gruptan gelen sosyal etkiye direndikleri bulunmuştur. Örneğin Frager (1970), Asch'in deneyini (çizgi uzunluklarını içeren görsel yargı) toplulukçu bir toplum olan Japonya'da tekrarlamış ve Japon deneklerin Asch'in araştırmasındaki Amerikalı deneklerden daha az gruba uyma davranışı gösterdiğini bulmuştur. Burada önemli açıklayıcı etken, deneklerin birbirlerini tanımamalarıydı. Japonlar için tanımadıkları kimseler bir dış grup oluşturduğu için, onların yargıları daha az etkileyici olmuştur. Türkiye'de de, toplulukçu bir kültürün üyeleri olarak iç grubumuz olan ailemizde veya mahallemizde daha fazla uyma davranışı gösterirken, dış grup olarak gördüğümüz bir başka yerde veya kentte aynı şekilde davranmayabilir ve sosyal etkiye direnebiliriz. Bireyci toplumların üyeleri de iç gruplarına dış gruplardan daha çok güvenirler, ancak onların iç gruplarının normlarını sorgulamaya ve gerektiğinde reddetmeye olan eğilimleri daha fazladır, özellikle grup normlarına uyduklarında kendi çıkarlarının zarar göreceğine inanıyorlarsa.

Normlar ve Uyma Davranışının Kavramlaştırılması

İnsanlar Niçin Uyma Davranışı Gösterir?

Kişinin uyma davranışı göstermesini nasıl açıklayacağız? Şüphesiz, uyma davranışı kişiye bir yarar sağlamalıdır. Bu yarar nedir?

Deutsch ve Gerard (1955)'a göre insanların uyma davranışı göstermesinin altında yatan nedenler iki ayrı motivasyondan gelmektedir. Bu motivasyonları kuralsal (normative) sosyal etki ve bilgisel (informational) sosyal etki olarak tanımlayabiliriz. *Kuralsal etki*, kurallara bağlı olup kişinin başkaları tarafından kabul edilme ya da beğenilme isteğine dayalı olan; *bilgisel etki* ise gerçekle ilgili kanıtları kabul etmekten kaynaklanan, bilgi veren etki olarak tanımlanabilir. Burada sosyal etkinin türü, bireyin onu algılayışı ile belirlenmektedir. Yani eğer birey bir sosyal etkiyi bilgi sağlayıcı

olarak algılarsa, o sosyal etki bilgiseldir. Aynı şekilde, birey tarafından normatif ya da zorlayıcı olarak algılanan sosyal etki kuralsaldır.

Normlar hayatımızda, özellikle grup içerisinde çok önemli amaçlara hizmet ederler. Bu amaçlardan bir tanesi grubun amacına ulaşmak için grup üyeleri arasındaki uyumu arttırmaktır. Normlar grubun değer sistemini yansıttıklarından, kişileri belirli bir amaca ulaşmayı sağlayacak davranışlara teşvik edebilir, grubun amacından uzaklaştıran davranışlardan ise alıkoyabilirler. Normların bir diğer işlevi ise, kişilerin çevrelerini anlama ve yorumlamalarına yardımcı olacak bir referans çerçevesi oluşturmalarıdır. Normlar, özellikle de belirsiz durumlarda, kişilerin iyi olanı kötü olandan, önemli olanı önemsiz olandan ayırmalarına ve o durumda nasıl davranılması gerektiğini belirlemelerine yardımcı olurlar. Normların başka bir işlevi de, grup üyelerinin ortak kimliklerinin belirlenip geliştirilmesidir. Özellikle de grup üyelerinin diğer kişilere nazaran farklı görünmeleri ve farklı davranmaları gerektiği durumlarda, normların grup üyelerinin kimlikleri üzerindeki etkisi artmaktadır.

a) Betimsel (descriptive) ve kuralsal (injunctive) sosyal normlar: Normların davranışları etkilemesi

Sosyal norm kavramının iki ayrı anlamı vardır. Bunlardan birincisi bir toplumda sık ve yaygın olarak görülen davranıştır. Bu tür bir davranış, o toplumda *normal* ya da *olağan* kabul edilir. Sosyal normun diğer bir anlamı ise, yapılması gereken davranıştır. Bu norm anlayışı, neyin doğru, neyin yanlış olduğunu belirler. Birinci tür sosyal norma, *betimsel norm* denir. Belirli bir durumda çoğu insanın ne yaptığını bize anlatan, açıklayan yani kişiye bilgi sağlayan normlardır. Bu tür normlar bize o durum için genelde neyin normal kabul edildiği hakkında bilgi vererek davranışlarımızı etkilerler. Örneğin, sokakta yürürken yere atılmış çöpler bize betimsel normu verir. Yerdeki çöplerin çöp olması ya da olmamasına bakarak kendi çöp atma davranışımızı değiştirebiliriz. İkinci tür sosyal norma ise *kuralsal norm* denir. Kuralsal normlar belirli bir durumda neyin yapılması gerektiğini, neyin onaylandığını veya onaylanmadığını vurgularlar. Başka bir deyişle bu tür normlar kural koyarlar. Örneğin, yolda yürürken yerlere çöp atmanın yanlış bir davranış olduğunu gösteren bir tabela bu konudaki kuralsal normu gösterir. Yere çöp atma davranışımızı kuralsal norm doğrultusunda da değiştirebiliriz. Normatif Odak Teorisi (Focus Theory of Normative Conduct; Cialdini, Reno ve Kallgren, 1990) bu soruya bir cevap getirmektedir. Bu teoriye göre normların davranışı etkileyebilmeleri için o ortam ve durumda belirgin olmaları ve kolayca akla gelmeleri gerekir. Normlar belirgin oldukları ölçüde davranışları etkilerler. Belirgin olmayan normların davranışlar üzerindeki etkisi çok azdır ya da hiç yoktur.

b) Durumsal (situational) normlar: Kuralsal davranışlarda otomatikleşme

Durumsal normlar belirli durum ve çevrede davranışlarımızı yönlendiren normlardır. Durumsal normlara uymak için onların farkında olmak gerekir mi? Örneğin, mü-

zeye ya da kütüphaneye girdiğinizde farkında olmadan daha alçak sesle konuşur musunuz? Yakın zamanda yapılan araştırmalar göstermektedir ki; kişilerin durumsal normlara uymaları için onların farkında olmaları gerekmemektedir. Normlar biz onlar hakkında bilinçli olarak düşünmesek de davranışlarımızı etkilemektedir. Aarts ve Dijksterhuis (2003)'in yaptıkları araştırma, normların davranışlarımızı otomatik olarak etkilemesine güzel bir örnek sunuyor. Araştırmacılar önce katılımcılara kütüphane ya da boş bir tren istasyonunun resimlerini gösterdiler. Kütüphane resmini gören bazı katılımcılara daha sonra o mekânı ziyaret edecekleri söylenirken diğerlerine böyle bir bilgi verilmedi. Daha sonra gösterilen kelimeleri sesli olarak okumaları istendi. Araştırmacıların beklentileri şöyleydi: Daha sonra resmi gösterilen mekân olan kütüphaneyi ziyaret edecekleri söylenen katılımcıların sessiz olma ile ilgili durumsal normları aktive olacak ve buna bağlı olarak kelimeleri daha hafif bir sesle okuyacaklardı. Aynı etkiler kütüphaneyi ziyaret etmeyeceği söyleneni ve boş tren istasyonu gösterilenlerde görülmeyecekti. Bu araştırmada sonuçlar araştırmacıların beklentileri doğrultusunda çıkmıştır. Sonuçta belirli durum ve ortamlarda bize nasıl davranmamız gerektiğini belirten durumsal normlar davranışlarımızı etkilemekte ve bu etki bizim bilinçli olarak fark edemediğimiz otomatik süreçler sonucunda da gelişebilmektedir.

İnsanlar Nasıl Uyma Davranışı Gösterir? (İtaat, Özdeşleşme, Benimseme):

İnsanlar farklı süreçler sonucunda farklı uyma davranışlarında bulunurlar. Şimdi bu uyma davranışına neden olan bu süreçleri inceleyeceğiz.

a) İtaat (Compliance)

Asch araştırmasında saf deney ortamı içinde yaratılan gruptan farklı olma durumu birçok denek için rahatsız edici bir durumdur. Burada denekler uymama davranışının doğurabileceği sonuçtan çekindikleri için uyma davranışı göstermektedirler. Bu tür uyma davranışını *itaat* olarak nitelendirebiliriz.

İtaat, bir grup görüşüne olduğu gibi, bir kişiye uyma şeklinde de görülebilir, Milgram'ın itaat deneyinde olduğu gibi. İtaat sonucu uyma davranışının temelinde, uyulanın, uyanın üstündeki gücü ya da kontrolü vardır. Örneğin, trafik polisinden ceza almamak için belli bir hızın altında giden Ahmet'in bu uyma davranışı polisin onun üstündeki kontrolüne dayanır; etrafta polis olmadığından emin olsa o hız yasağına uymayacaktır.

Asch'in çizgilerin uzunlukları konusundaki yargıları incelediği araştırmasında, belirgin fiziksel gerçeğe rağmen % 35 gibi küçümsenemeyecek oranda deneğin uyma davranışında bulunduğunu görmüştük. Bu deneklere araştırmadan sonra davranışları hakkında soru sorulduğu zaman, kişilerin çoğunun alay edilmemek ya da hor görülmemek için gruba uyduğu ortaya çıkmıştır. Bu deneklerin varsayımı, grubun, kendinden başka türlü düşüneni kabul etmeyeceği şeklindedir. Peki, bu doğru mudur? Hepimiz günlük yaşantımızda fikir hürriyetine saygı duymanın önemi üs-

tünde durmuyor muyuz? Eğer öyle ise, bir grubun kendinden farklı düşünene hoşgörü göstermesi gerekmez mi? Bu soruların cevabı, Schachter'in (1951) bir deneyinde ortaya çıkmaktadır. Bu deneyde, birbirlerini daha önceden tanımayan denekler bir örnek olay tartışması için bir araya getirilmişti. Tartışılan ve üstünde bir grup kararı alınması gereken örnek olay, suçlu bir çocuğun hayat hikâyesinin incelenmesi ve bu çocuğa ne yapılması gerektiğinin saptanması idi. Her grupta araştırmacının üç asistanı da grup üyesi rolünde hazır bulunuyordu. Bunlardan biri tamamen grup görüşüne uymuş, ikincisi devamlı olarak grup görüşüne karşı çıkmış, üçüncüsü ise önce grup görüşüne karşı çıkmış fakat sonra fikrini değiştirerek gruba uymuştur. Bu durumda grup üyelerinin birinciyle fazla iletişime girmediği, en çok kendilerinden farklı düşünen ikinci ile üçüncüyle konuşarak onları ikna etmeye çalıştığı görülmüştür. Üçüncü sonradan gruba uyunca, ona yöneltilen grup iletişimi de azalmış, bütün baskı, grubun görüşüne karşı direnen ikinci kişiye yönelmiştir. Bu kişiyi ikna etme çabaları başarısız kalınca, grup bu sefer ona karşı tehdit hatta zor kullanmaya başvurmuştur. Bütün bunlara rağmen o üye gene de grubun fikrini kabul etmeyince, grup onunla konuşmaktan tamamen vazgeçmiş, onu reddetmiş ve onu yok sayarak kendi içinde bir karar almaya yönelmiştir. Böylece, grubun kendine uymayan üyesini reddettiği ve ona hoşgörülü davranmadığı görülmüştür.

Daha sonra yapılan diğer bazı araştırmalar da benzer sonuçlar elde etmiştir (Örneğin, Freedman ve Doob, 1968). Bu araştırmalar grup üyelerinin kendilerinden farklı olarak algıladıkları üyeleri sevmediklerini, onlara zor işleri verdiklerini göstermiştir. Demek ki, farklı fikre saygı, soyut bir şekilde değerli olarak kabul edilse bile, uygulamada pek de böyle olmamaktadır. Sık sık gördüğümüz karşıt fikre sahip grupların çatışmaları da buna açık bir örnektir.

b) Özdeşleşme (Identification)

Sosyal uyma davranışı, *özdeşleşme* süreci sonunda da ortaya çıkabilir. Burada birey, birisinin ya da bir grubun fikrine, ona benzeyebilmek için uyar. Özdeşleşme sonucu uyma davranışının temelinde, uyulanın cazibesi, değeri vardır. Uyulanın, uyanın gözündeki değeri devam ettikçe uyma davranışı da devam eder; bu değer kaybolursa, uyma davranışı da ortadan kalkacaktır. Yukarıdaki trafik kuralına uyma örneğini gene ele alalım. Örneğin, Mehmet çok hızlı otomobil sürmez; çünkü çok sevdiği babası hızlı gitmenin aleyhindedir. Mehmet bu davranışı ile sevdiği, takdir ettiği babasına benzemekte, onun gibi olmaktadır. Yavaş gitmenin önemine kendisi inandığından değil, sırf babası böyle düşünüyor, böyle istiyor diye yavaş gitmektedir. Fakat eğer Mehmet babasına kızar ya da artık ona hürmet etmezse, yavaş gitmekten de vazgeçebilir.

Başka bir örnek olarak, gene bir arkadaş grubuna katılmayı arzulayan Mehmet'i ele alalım. Mehmet bu gruba önem verdiği için grubun çeşitli kurallarına, görüş ve fikirlerine uyma davranışı gösterecektir. Bu uyma davranışı için, o görüşlerin gerçekten doğru olduğuna inanmasına lüzum yoktur. Ancak bu arada söz gelişi Mehmet yeni bir arkadaş edinirse ve değer verdiği bu arkadaşı da başka bir grubun üyesi ise, Mehmet bu sefer bu yeni arkadaşıyla özdeşleşme sonucu ilk grubun görüşlerine uymaktan

vazgeçip belki de bu görüşle çelişkili olan yeni arkadaşının grubunun görüşlerine uyma davranışı gösterebilir.

c) Benimseme (Internalization)

Uyma davranışı üçüncü bir mekanizma sonucu da ortaya çıkabilir; buna *benimseme* ya da *kendine mâl etme* diyoruz. Bu tür uyma davranışında kişi, bir kurala ya da görüşe onun gerçekten doğru olduğuna inandığı için uyar. Burada uyulanın fikri, uyan için inanılır bir fikirdir; uyma davranışının temelinde bu inanma, doğru olarak kabul etme durumu vardır. Gene trafik örneğini ele alırsak, Ali eğer hız yasağının önemine gerçekten inanıyorsa, polis kontrolü olmasada, kimse ondan yavaş gitmesini istemese de sırf bu trafik kuralını gerçekten benimsemiş olduğu için yavaş gidecektir. Aynı şekilde, bir grubun görüşüne, o görüşün doğru olduğuna inandığı için uyan kişi de benimseme yoluyla uyma davranışı gösteriyor demektir.

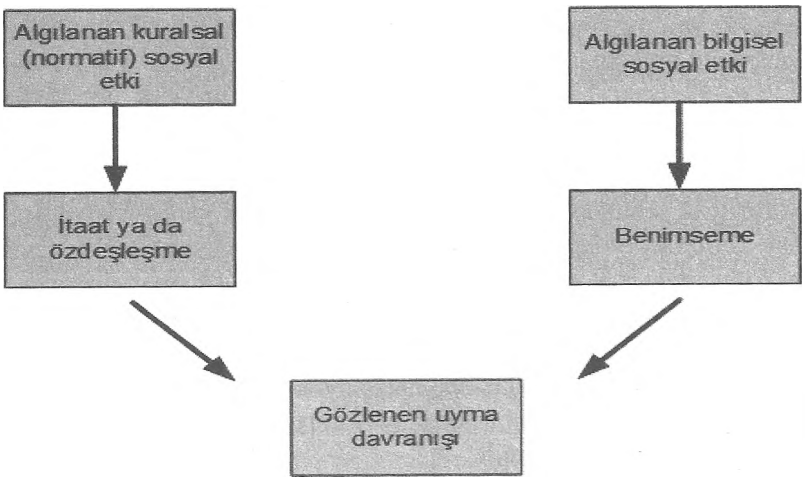
İtaat, özdeşleşme ve benimseme ilk defa Kelman (1961) tarafından ayırt edilmiştir. Kelman, bu kavramları sosyal etki ve tutum değişimi süreçleri olarak geliştirmiştir. Yukarıdaki örneklerden de görüldüğü gibi, uyma davranışının çeşitli nedenleri olabilir. Dışarıdan gözlendiği zaman aynı davranış gibi görünen Ahmet, Mehmet ve Ali'nin trafik kuralına uyma davranışı, aslında sosyal psikolojik olarak üç ayrı olayı yansıtabilmektedir. Bu üç ayrı tür uyma davranışı, kişiye üç ayrı yarar sağlamaktadır. *İtaat*in sağladığı yarar, insanlar tarafından kabul edilmek, ödüllendirilmek ya da cezalandırılmamak şeklinde düşünülebilir. *Özdeşleşme*nin yararı, kişiye değer verdiği kimselere benzeme, onlar gibi olduğunu hissetme duygusunu sağlamasıdır. *Benimseme* ya da *kendine mâl etme*nin kişiye sağladığı yarar ise, onun doğruyu anlama ve uygulama gereksinmesini tatmin etmesidir. Böylece itaat ve özdeşleşme, diğer insanlara dönük olarak onlarla ilişkileri olumlu yönde geliştirme görevini yerine getirirken; benimseme, kişinin doğru hareket ettiğine inanma gereksinmesini tatmin etmektedir. Yani, benimseme, bu bölümün başında, uymanın en temel bir görevi olarak belirtilen *gerçeği tanımlama*ya yaramaktadır.

Böylece, temellerinde yatan farklı güdülenmelere bağlı olarak itaat, özdeşleşme ve benimseme süreçleri ile sosyal etkiye uymanın kişiye yarar sağladığı görülmektedir.

Demek ki, herhangi bir sosyal etki, kişi tarafından kurala uymaya itici olarak yorumlanabilir. Bunun sonucunda, kişi ödüllenmek ya da cezalandırılmamak için (itaat) ya da etkinin kaynağı olan kimseye benzeyebilmek için (özdeşleşme) etkiye uyma davranışı gösterir. Diğer taraftan, herhangi bir sosyal etki, kişi tarafından gerçeği aydınlatıcı olarak ya da kısaca *doğru* bilgi olarak da yorumlanabilir. Bu takdirde, kişi bu etkiye, doğru bir şey olduğunu düşündüğü için uyacaktır (benimseme). Durumu Şekil 3.8 ile gösterelim.

İtaat–özdeşleşme–benimseme süreçlerini bir boyut üzerinde düşünebiliriz. Ayrıca, herhangi bir sosyal etkiye karşı, önce itaat, sonra özdeşleşme ve nihayet benimseme yoluyla uyma davranışının gelişebileceği de düşünülebilir. Örneğin, bir çocuk, babasının sözünü önce cezalandırılmaktan korktuğu için; sonra babasına benzeyebilmek için ve daha sonra doğru bulduğu için dinleyebilir. Böyle yaşla ya da zamanla ilgili bir gelişim bazı davranışlar için söz konusudur; ancak her zaman için itaat, özdeşleşme ve benimsemenin birbirini izlemesi gerekmez.

Şekil 3.8
Sosyal Etki ve Uyma Davranışı

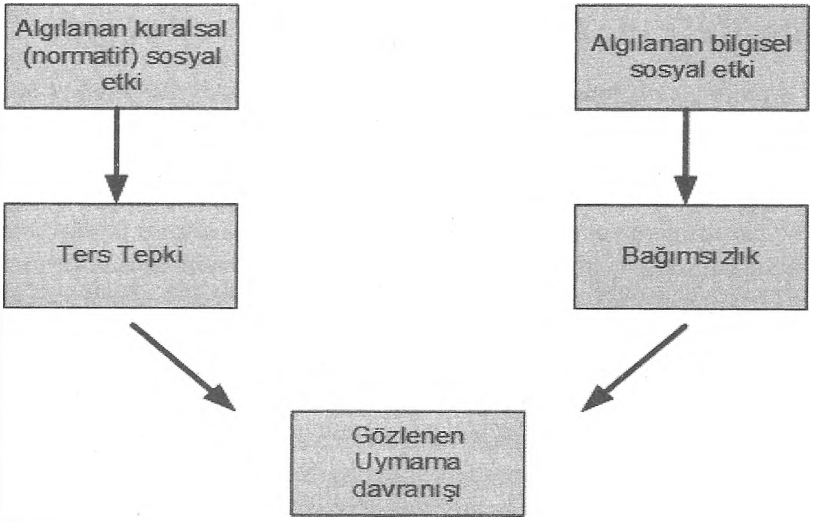


Bu kavramlaştırma çerçevesinde örnek araştırmalarımıza bir kere daha eğilecek olursak, Asch'in çizgiler hakkında uzunluk yargılarının yapıldığı deneyinde ve Milgram'ın itaat deneyinde kuralsal sosyal etkinin ve itaate dayanan uyma davranışının söz konusu olduğunu görürüz. Buna karşılık, Sherif'in otokinetik etki deneyinde bilgisel sosyal etki ve benimsemeye dayanan uyma davranışı görülmektedir. Bunun ayrıntılı nedenlerini Asch ile Sherif araştırmalarını karşılaştırdığımızda vermiştik. Burada kısaca özetleyecek olursak, Milgram deneyinde, denek yaptığı işin (şok vermenin) doğru bir şey olduğunu düşündüğünden değil, araştırmacının sözünden çıkamadığı için şok vermeye devam etmiş yani kurala uymuştur. Asch araştırmasında da denek, alay edilmemek (cezalandırılmamak) için grubun beklentisine uymuştur. Sherif araştırmasında ise, denek, grubun yargısını doğru bulduğu için bu bilgisel sosyal etkiyi kabul etmiştir. Daha sonra tek başınayken de grubun yargısını kullanmasından bu yargıyı *benimsemiş* olduğunu anlıyoruz.

Bu araştırmalardan da görüldüğü gibi, kuralsal sosyal etki ile ona karşı gösterilen itaate dayanan uymada, davranışta görülen değişmenin altında gerçek tutum ya da fikir değişmesi yoktur. Özdeşleşmede ise tutum değişimi olabilir de olmayabilir de. Olsa da ancak kendisiyle özdeşleşilen kimse ya da grup, kişinin gözünde değerini koruduğu müddetçe olur; sonra kişi tekrar daha önceki tutumuna geri dönebilir. Benimseme ile uymada ise davranış değişikliğiyle birlikte gerçek tutum değişimi de söz konusudur. Başka bir deyişle itaat yoluyla uymada, bireyin gözlenen davranışı, gerçek tutumunu yansıtmaz; benimsemede yansıtır. Özdeşleşmede ise ikisinin ortasında bir durum söz konusudur.

Uyma davranışını bu şekilde kavramlaştırdıktan sonra uyma davranışının tersinin ne olduğunu düşünelim. Akla *uymama* gelmektedir. Ancak, uymama davranışı da uyma davranışı gibi karmaşık olabilir; şöyle ki uymama davranışı bağımsız olmayı gösterebilir de göstermeyebilir de. Örneğin, annesi Ayşe'ye bluzunu giymesini söylemişse, Ayşe ise o bluzun gideceği yere uygun düşmeyeceğini düşündüğü için o bluzu giymezse, bu *bağımsız* bir uymama davranışı olur. Ancak, Ayşe sırf annesi "giy" dedi diye, inat için o bluzu giymezse, bu bağımsız değil, bağımlı bir *ters tepki* davranışı olur. Bağımlıdır; çünkü sosyal etkiye (norma) bağlıdır, ancak bu etkiyi negatif bir atıf noktası (reference point) olarak nitelendirir. O norm ne ise, ona bağımlı olarak onun tersi yapılacaktır.

Şekil 3.9
Sosyal Etkiye Uymama Davranışı

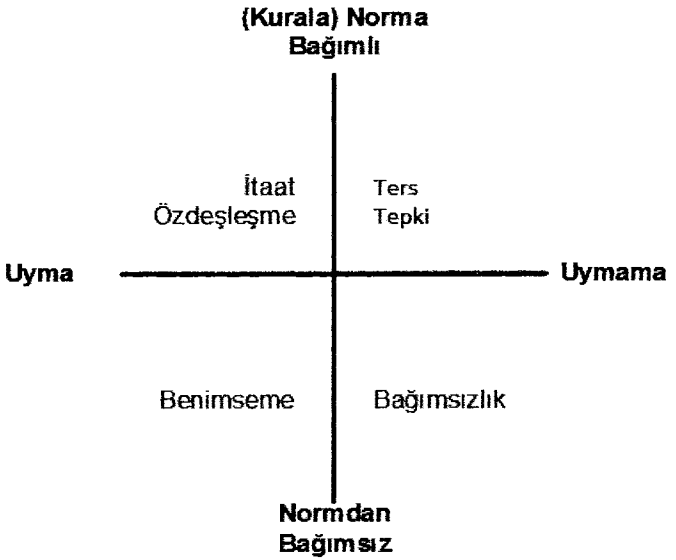


Bağımsız uymama ile ters tepki göstererek uymama arasındaki önemli fark şudur: Bağımsız uymamada, dıştan gelen sosyal etki, bir bilgi olarak ele alınmakta ve bu bilgi doğru bulunmadığı için (kişi bunun doğruluğuna gerçekten inanmadığından)

sosyal etkiye uymama davranışı gösterilmektedir. Ters tepki göstererek uymama davranışında ise, yapılması gereken norm ya da kurala karşı bir direniş söz konusu olup, bu direniş, etkinin birey tarafından doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmesi ile ilgili değildir. Önemli olan sadece etkiye karşı direnmedir. Böylece, uyma davranışını daha önce gösterdiğimiz gibi, uymama davranışını da benzer bir şekil ile gösterebiliriz (bkz. Şekil 3.9).

Buraya kadar ele aldığımız sosyal etkiye uyma ve uymama davranışlarını bir araya getirerek kavramlaştırmaya çalışırsak, birbirinden farklı iki boyutun belirmiş olduğunu görürüz.

Şekil 3.10
Sosyal Etkiye Uyma-Uymama Davranışının Kavramlaştırılması



Boyutlardan biri bağımlılık-bağımsızlık boyutu, diğeri de uyma- uymama boyutudur. Böylece, ele aldığımız kavramları, bu iki boyut ekseninde görmek için Şekil 3.10'a bakabiliriz.

Bu şekilden de görüldüğü gibi, sosyal etkiye çeşitli tepkileri iki ayrı boyut üzerinde gruplamak, hem uyma, hem de uymama davranışının niteliğini daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Şekil 3.10'da beliren kavramları, özellikle benimseme ve bağımsızlığın niçin normdan bağımsız olduğunu biraz daha açıklamakta yarar vardır.

*Benimseme*de birey bir sosyal etki ya da kurala uyması beklendiği için ya da başkalarından çekindiği, korktuğu için, ya da onlara benzemek için uymaz, doğru ve değerli bulduğu için uyar. Demek ki, dayanak noktası dışarıdaki norm değildir, kendi görüşüdür. Bundan ötürü benimsemeyi normdan bağımsız olarak niteliyoruz.

*Bağımsızlık*ta da benzer bir durum görüyoruz. Yalnız, burada sosyal etkiye *uymama* davranışı söz konusudur. Ancak, uymama da gene, kuralı ortaya koyanlara inat için vb. gibi dışa bağımlı nedenlerle değil, kişinin gerçekten doğru bulmadığı bir şeyi yapmak istememesinden ötürü ortaya çıkmaktadır. Yani normatif etkiden bağımsızdır. Ters tepki davranışında ise, kişi normun farkındadır ve bu tür davranışta, kişi norm (kural) ne ise onun tersini yapar. Böylece, ne yapacağı, ters bir ilişki içinde de olsa, gene norma bağlıdır.

Daha önce ele aldığımız uyma davranışını etkileyen ortamsal etkenlerle de burada ilişki kurabiliriz. Hatırlanacağı gibi, Sherif, Asch ve Milgram deneyleriyle ilgili olarak uyulan grubun büyüklüğünün, söz birliği etmiş olmasının, grup üyelerinin ya da yetke kaynağının saygınlığının ve azınlığın, uyma davranışını etkilediğini görmüştük. Şimdi, bu ortamsal etkenlerin hem bilgisel sosyal etki için hem de normatif (kuralsal) sosyal etki için önemli olduğunu söyleyebiliriz; çünkü bu ortamsal değişkenler, hem kişinin gerçeği anlamasında ya da doğru olarak kabul etmesinde etkili olabilir, hem de onu uyma davranışına itici sosyal baskı (normatif etki) olabilir. Ele aldığımız diğer iki ortamsal etken olan yüz yüze bulunma ve gruba bağlılık ise, bilgisel olmaktan çok sadece normatif ağırlığı olan sosyal etkilerdir. Çünkü doğruyu tanımlama bakımından, diğer kimselerle yüz yüze olmamız ya da onların yandaki odada olup fikirlerini bize telefonla bildirmeleri veya bizim gruba ne kadar bağlı olduğumuz gibi etkenler bir şey değiştirmez. Ancak, yüz yüze olma durumu veya gruba olan bağlılığımız, onlara inanmadığımız halde bile onlara uymamızı, yani normatif etki ve itaati arttırabilir.

Sosyal Uyma Davranışında Yeni Çalışmalar

Son yıllarda hepimizin üzerinde büyük bir etkisi olan sosyal medya, bizleri hem norm oluşturmaya hem de sürekli uyma davranışı göstermeye yönlendiriyor. Bu durum, sosyal psikologların internet ortamındaki sosyal etkinin nasıl olduğu ile ilgili çalışmalar yapmasına yol açmıştır. Yapılan araştırmalar da çevrimiçi (online) topluluklarda sosyal etkinin artacağı ya da azalacağı konusunda bulgular net bir sonuç göstermemiştir. Bir taraftan çevrimiçi toplulukların kişilerin kimliklerini anonimleştirdiği için onların daha az uyma davranışında bulunacakları ileri sürülürken diğer taraftan da bu anonimleşmenin uyma davranışını arttıracağı ileri sürülmüştür. Örneğin, Cinnirella ve Green (2007) Asch'in uyma deneyini sanal ortama taşımışlar ve sanal ortamda iletişim kuran grupların yüz yüze iletişim kuran gruplara göre daha az uyma davranışında bulunduklarını bulmuşlardır. Buna karşılık başka bir araştırmada anonimleşmenin uyma davranışını arttırdığı; fakat kişilerin kimliklerinin çevrimiçi toplulukta tanınabilir halde olduğu zaman uyma davranışının azaldığı bulunmuştur (Lee, 2006). Başka çalışmalar da çevrimiçi topluluklarda uyma davranışını araştırmışlar ve soruların zorluğunun artması ile birlikte kişilerin kendi çevrimiçi gruplarındaki kişilerin cevaplarına uyma davranışlarının arttığını bulmuşlardır (Rosander ve Eriksson, 2012). Bu konu üzerinde yapılan çalışmalar devam etmektedir.

Okuma Parçası - 3: Deneylerin Etikliği Üzerine

Deneysel sosyal psikologlar bazen bilginin peşinde koşarken insanları şiddetli tecrübelere maruz bırakabilirler. Asch'in uyma deneyinde, insanlar önceden bir bilgiye sahip olmadan kendi gözlerinin açıkça gördüğüyle, bir grubun yanlış kararda hemfikir olması durumunda çelişkide bırakıldılar. Milgram'ın deneyinde insanlardan bir masum kişiye elektrik şoku vermeleri istendi. Sözü geçen deneyler, ciddi etik sorunlar taşımaktadır. Psikolojik deneylerde iki önemli kriter vardır: İlk olarak, araştırmacı, denekleri her türlü zarardan korumakla yükümlüdür. Denekler araştırmadan çıkarken, kendilerini deneye girdikleri zamanki kadar iyi hissediyor olmalıdırlar. Bu da deneyden sonra "bilgilendirme" aşamasını zorunlu kılmaktadır ki bu deneyin esas bölümünden daha fazla zaman ve çaba gerektirebilir. İkinci olarak ise, sosyal psikologlar için etik konusu tek taraflı bir konu değildir. Sosyal psikologlar, insanın iyiliği için insanları daha iyi anlamaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla bilim insanları olarak, onların toplumun bütününe karşı bir sorumlulukları vardır ve becerilerinin tamamını kullanarak araştırma yapmak yükümlülüğünü taşırlar.

Milgram'ın itaat araştırması çok eleştiri görmüştür. Fakat Milgram bu eleştirilere, deneyde kullanılan aldatma deneklere açıklandıktan sonra, onlardan olumlu tepkiler aldığını söyleyerek karşılık vermiştir. Deneyden sonra doldurulan anketlere göre, deneklerin % 84'ü araştırmaya katılmaktan memnun olduklarını belirtmişlerdir. Deneklerin sadece % 1'i katıldıklarına pişman olduklarını söylemişlerdir. Araştırmadan 1 yıl sonra, bir psikiyatr deney sırasında en çok rahatsız olan 40 denekle görüşme yapmıştır ve yaşadıkları geçici stres dışında hiçbirinin zarar görmediğine kanaat getirmiştir.

Sosyal psikologlar, genel etik sorumlulukları bir deneğe karşı olan etik sorumluluklarıyla çatıştığında bir ikilem yaşarlar. Bu ikilem, uyma, itaat etme, yardım etme gibi önemli konularda daha da büyür çünkü genellikle bir konu ne kadar önemliyse, o konuyu araştırmanın toplum için yararı da, deneğin rahatsızlık, endişe ve üzüntü yaşama olasılığı da artar.

İkinci bölümde de belirtildiği gibi, bu klasik araştırmaların ve bu araştırmaları izleyen eleştirilerin bir önemli ve iyi sonucu da kurumsal etik komitelerin kurulmasıdır. Günümüzde bu kurumlardan onay almadan araştırma yapmanın (insan ve hayvanlardan veri toplamanın) araştırmacılar için çok önemli sonuçları vardı.

BÖLÜM 4

SOSYAL BİLİŞ

Günlük yaşamımızda karşılaştığımız olayların, kişilerin davranışlarının ve kendi davranışlarımızın nedenlerini açıklamaya, başkalarının ve kendimizin güdü ve düşünüşleri hakkında bilgi sahibi olmaya çalışırız. Kendimizi, başka kişileri ve olayları tanıma ve anlama çabamız, olaylar ve kişilerle olan etkileşimi de beraberinde getirir. Günlük yaşamımızdaki bu olguları anlama çabamız ve bu olgularla olan etkileşimimiz sosyal psikolojide, *sosyal biliş* veya *sosyal algı* başlığı altında incelenir.

Sosyal biliş, her psikoloji alanı gibi zamanın ve bilimin değişiminden etkilenmiş ve etkilenmektedir. Önceleri şu anda sosyal biliş olarak bilinen alan sadece sosyal algı yönünden çalışılmaktaydı; ancak 1970'lerdeki Bilişsel Devrim'in ardından, devrimin bilişe getirdiği önem ile bilişsel süreçler de sosyal biliş alanının altında çalışılmaya başlandı. 2000li yıllardan itibaren beynin yapısının ve işleyişinin psikolojide artan önemi ile birlikte sosyal biliş ile sinirbilim alanları arasındaki etkileşim de artmaktadır.

Sosyal Algı ve Bilişsel Süreçler

Sosyal algı iki farklı düşünce süreci sonucu ortaya çıkabilir. Bu süreçlerden ilki *otomatiktir* ve görece zahmetsiz bir şekilde sosyal bilgiyi kullanarak kişileri ve olayları hızlı bir şekilde anlamamızı ve tanımamızı sağlar. Öte yandan, gerekli motivasyonun ve enerjinin olması durumunda aynı sosyal bilgiyi *derinlemesine* işlemek ve bu zahmetli süreç sonucunda bir yargıya varmak da sık başvurulan bir yöntemdir.

18. yüzyılda Spinoza, insanların bir bilgiyi ilk gördüklerinde, duyduklarında ya da öğrendiklerinde, ona direkt olarak inandıklarını öne sürmüştür. İnsanlar ancak bir bilgiye inandıktan sonra geri dönüp yanlış olma ihtimalini hesaba katarlar. Spinoza'nın bu iddiası bilimsel araştırmalar tarafından doğrulanmıştır (Gilbert, 1998; Krull ve Dill, 1996). Gilbert'a göre, insanların görüp duydukları şeylere direkt inanmasının sebebi, bu bilgilerin çoğunun doğru olmasıdır. Aksi halde, her duyduğumuz üzerinde düşünüp onu enine boyuna değerlendirmemiz gerekseydi, hayat çok zor olabilirdi. Fakat

gayet tabii bazen her öğrendiğimiz bilgi doğru olmayabilir. Bu durumlarda da en başta inanmış olduğumuz şeyi tekrar değerlendirmemiz ve fikrimizi değiştirmemiz gerekir. İlginç olan, en baştaki inanma sürecinin otomatik bir süreç olmasıdır. Yani ilk duyduğumuz bilgiye inanmak için çaba sarf etmeyiz. Ancak, bilgiyi değerlendirme ve doğruluğunu reddetme kısmı kontrollü olarak gelişir. Yeterince enerjimiz ve motivasyonumuz olduğunda bilginin doğruluğunu sınarız. Zihnimiz meşgul olduğunda, yorgun olduğumuzda ya da motivasyonumuzun yüksek olmadığı zamanlarda karşımıza çıkan bilginin doğru olup olmadığını sınamayız. Bilgiyi doğru olarak kabul ederiz ve tekrar değerlendirmeyiz.

Bu bölümde ilk olarak olayları ve kişilerin davranışlarını anlamada kullanılan ve görece kontrollü süreçler olan izlenim oluşturma ve atıfta bulunmayı inceleyeceğiz ve bu süreçler sırasında oluşabilecek yanılgılara örnekler vereceğiz.

İzlenim oluşturma, başkalarının ilk göze çarpan en belirgin özelliklerine dayanır. Sosyal algının ilk adımını oluşturan izlenim oluşturma sürecinden sonra, kişilerin neden belli bir şekilde davrandıklarını anlamaya çalışırız. Erişilebilen sosyal ipuçlarından yola çıkarak insan davranışlarının altında yatan nedenleri çıkarsama sürecine de *atıfta bulunma* diyoruz. Bu da sosyal algının ikinci adımını oluşturur.

Bölümün ikinci yarısında ise olayların ve davranışların nedenlerini ararken bize zaman kazandıran otomatik ve zahmetsiz süreçleri inceleyeceğiz ve bu süreçlerin bir ürünü olan zihinsel kestirme yöntemlerine örnekler vereceğiz.

İzlenim Oluşturma

Kendinizi bir an şu senaryo içinde düşünün: Akşam saat 19 suları, hava kararmak üzere. Yolda yürürken, size doğru bir kişi yaklaşıyor. Size, telefon etmek zorunda olduğunu, fakat kontörü olmadığı için edemediğini söylüyor. Sizden telefonunuzu iki dakikalığına ödünç istiyor ve hemen geri vereceğini söylüyor. Kafanızdan saliselik süreler içinde onlarca düşünce geçmez mi? Bu nasıl bir kişidir? Neden gelip benden istedi? Yoksa başka bir amacı mı var? Telefonumu versem geri verir mi? Ya çok uzun konuşursa, onu bekleyecek miyim? Vermesem ayıp mı olur? Ne yapmalıyım? vb. Size yönelttiği bir soru ve ricaya cevap bekleyen bir kişi karşınızda beklerken uzun süren bir ölçme-tartma sürecine girişemezsiniz. Ona "Tabii, buyurun" veya "Hayır, veremem; işim var" ve buna benzer cevaplardan birini verirsiniz. Hangi cevapta karar kılacağınıza, günün saati, işlerinizin yoğunluğu veya aceleniz, telefonunuzda çok az kontör kalmış olması gibi etkenler etki edeceği gibi, sizden telefonunuzu isteyen adamın nasıl biri olduğu da bu kararda rol oynayacaktır. Şöyle bir düşünelim: Bu kişinin kılık kıyafeti, konuşması, size bakışı, yüzündeki ifade, ses tonu, kadın ya da erkek olması, Türk ya da yabancı olması vb. özelliklerin sizin karar vermenizde etkili olması

kaçınılmazdır. O kişi hakkında bilgi sahibi olabileceğiniz ve kararınızı biçimlendirecek olan özellikler, o kişiyle karşılaştığınız ilk anda o kişi hakkında edindiğiniz izlenimlerdir. Bu bölümde, "ilk karşılaşmalarımızda, insanlar hakkında nasıl bilgi sahibi oluyoruz?", "başkalarının gereksinimleri, karakter özellikleri ve yetenekleri ile ilgili sonuçlara nasıl varıyoruz?" sorularına cevap bulmaya çalışacağız.

İzlenim oluşturma, bir başkası hakkında farklı kaynaklardan gelen bilgileri bir yargı haline getirme sürecidir. Sosyal psikologlar, izlenim oluşturma sürecini, yeni gelen bilgiler ışığında sürekli yenilenerek değişen dinamik bir süreç olarak görür. Bu süreç aynı zamanda bütünleştiricidir de. Kişi hakkında elde ettiğimiz her bilgi, edindiğimiz diğer bilgiler ışığında değerlendirilir. Aşağıda izlenim oluşturma sürecini daha ayrıntılı inceledikçe ne dediğimiz açıklık kazanacaktır.

İlk İzlenimlerimizi Nelere Dayanarak Oluşturuyoruz?

Başkaları hakkındaki izlenimlerimizi, kimi zaman onların bize sözel olarak ilettikleri bilgilere dayanarak oluştururken, kimi zaman da sözel olmayan bilgilere dayanarak oluştururuz. Sözel olmayan iletişim kaynaklarından en önemlileri yüz ifadesi, göz teması, fiziksel görünüm, beden dili ve kişisel mesafedir. Bunları aşağıdaki çizelgede inceleyebilirsiniz (Tablo 4.1).

Başkalarının söylediklerinin doğru olup olmadığını anlamada da sözel olmayan ipuçlarına başvururuz. Sözel olan ve olmayan iletişimin birbiriyle uyumlu olmasını bekleriz. Örneğin, kerevizi hiç sevmiyorsunuz. Çok sevdiğiniz bir arkadaşınızın evine akşam yemeğine davet edildiniz. Gittiğinizde yemekte kereviz olduğunu gördünüz. Arkadaşınızın annesi özene bezene size bu yemeği hazırlamış ve size de ne kadar güzel olduğunu anlata anlata bitiremiyor. Size sorulmadan yemek tabağınıza konuldu ve evin annesi "Sen de kereviz seversin değil mi?" diye size sordu. "Hayır, hiç sevmem" demenin, karşılaştığınız özenli hazırlığa uymayacağını düşündünüz ve "Evet, severim" dediniz. Ancak yüzünüz hiç de öyle söylemiyordu. Buna dikkat edecek olan ev sahipleri verdiğiniz olumlu yanıtın kibarlıktan verilmiş bir yanıt olduğunu anlayacak ve sizi bu azaptan kurtaracaklardır.

Tablo 4.1
Sözel Olmayan İpuçları

Yüz İfadeleri	• İnsanlar, hangi kültürden olursa olsun, insan fotoğraflarına bakarak 6 temel duyguyu doğru biçimde ayırt edebilirler. Darwin'e göre bunun insanlar için yaşamsal işlevi vardır. • İnsanların yüz ifadelerini anlamak, kişi hakkındaki düşüncelerimizi ve beklentilerimizi şekillendirir. • Yaşamsal işlev tezine göre, en çok tehlike belirten yüz ifadeleri dikkat çekmektedir. Örneğin, kızgın ya da korkulu yüz ifadeleri insanlar için tehlike kaynağıdır.

Göz Teması	• Başkalarının neler hissettiğini, birbirlerine bakışlarının yönü ve yoğunluğundan anlayabiliriz. Birbirleriyle rekabet eden insanlar, rakiplerinin gözlerine bakarlar. Göz göze gelmekten kaçınan kişilerin ilettikleri mesaj ise duruma göre farklı anlamlandırılabilir. • Çoğunlukla Kuzey Amerikalılar ve Ortadoğulular konuşurken karşısındaki insanın direkt gözlerine bakmayı tercih etse de Japonlar ve Koreliler direkt göz temasından kaçınmaktadırlar.
Fiziksel Görünüm	• Fiziksel güzellik, özellikle güzel bir yüz, birçok olumlu beklentiyi de beraberinde getirir. • Araştırmalar gösteriyor ki, deney katılımcıları güzel kişileri güzel olmayanlardan daha ilginç, sıcakkanlı, dışa açık ve sosyal açıdan yetenekli bulmuşlardır. • Ayrıca, "bebek yüzlü" insanların daha saf, dürüst, kibar ve sıcakkanlı oldukları sanılır.
Beden Dili	• Beden hareketleri kişiden kişiye ve kültürden kültüre farklı anlam taşımaktadır. • Kuzey Amerikalılar için başını aşağı ve yukarı sallamak "evet" anlamına gelirken, başını iki yana sallamak bir "hayır" anlamına gelmektedir. Ancak Kore'de baş sallama "bilmiyorum" anlamına gelir. • Kuzey Amerikalılar ve Japonlar çok fazla temas odaklı değilken, Latin Amerikalılar, Koreliler ve Ortadoğulular arkadaşlık göstergesi olarak sık sık kucaklaşırlar. • Kuzey Amerikalılar için el sıkışma arkadaşça bir selamlaşma manasına gelir. Ancak katı bir şekilde karşıdaki kişinin elini sıkmak güven anlamı taşır. Ortadoğulular için katı bir el sıkış saldırganlık anlamı taşır. Güney asyalılar avuç içlerini bir araya getirip dua pozisyonunda selamlaşırlar.
Kişisel Mesafe	• Örneğin, Kuzey Amerikalılar ve Kuzey Avrupalılar genellikle sosyal etkileşimde yaklaşık 3 santimetrelik mesafeyi korurken Güney Amerikalılar ya da Ortadoğulular birbirlerine çok yakın dururlar.

Özellikle, insanların bize doğru söylemediği inancını taşıyorsak, onların sözel olmayan ipuçlarına daha çok dikkat ederiz. Böyle durumlarda, insanların önce yüz ifadelerine, sonra beden hareketlerine, en son olarak da söylediklerine dikkat ederiz (Mehrabian, 1972). Öyle görünüyor ki, sözel olmayan bilginin, insanın gerçek duygularını sözel olan bilgiye oranla daha doğru yansıttığını düşünüyoruz. Araştırmalar, bu düşüncenin doğru olduğunu gösteriyor. Ekman ve O'Sullivan (1991) doğru söylemeyen insanların ayırt edilmesinde, sözel olmayan ipuçlarına dikkat ederek bir karara varanların, sözel bilgiye dikkat edenlerden daha başarılı olduklarını göstermişlerdir.

İnsanların Kişilikleri Hakkında İzlenim Oluşturma

İnsanlar başkalarıyla ilk karşılaşmalarında genel görünüş ve giyim kuşam gibi kolay gözlenebilen, fiziksel, sözel olmayan bilgilere başvururlar. Tanışılan kişiyle etkileşim ilerledikçe, izlenimlere daha ayrıntılı ve betimleyici özellikler eklenir. İzlenimler daha soyut hale gelir ve belirli davranış özelliklerine daha az dayanır (Sherman ve Klein, 1994). Bu betimleyici, soyut sıfatlara *kişilik özelliği* adı verilir. Bunlar, durağan niteliklerdir; akıllı, şüpheci, sevimli, kaba olmak gibi. Kişilik özellikleri, insanların kişiliği ile ilgili izlenim oluşturma ve yargılara varmada çok sık kullanıldığı için, sosyal psikolojide etraflıca incelenmiştir. Bu konuda çalışan araştırmacılar şu soruya cevap aramıştır: "İnsanların bir başkası hakkında anlamlı bir bütün oluşturması hangi yollardan geçerek gerçekleşir?" Kişilik özellikleri birbirlerine mi eklenir (toplama modeli) yoksa ortalamaları mı alınır (ortalama modeli)?

Toplama ve ortalama modeli

Bir başkası hakkında edindiğimiz bilgileri nasıl bir araya getirip bir bütün oluşturuyoruz? Şu örneği aklımızda canlandıralım: Veli ve Can isimli iki yeni kimseyle karşılaşıyorsunuz. Onlarla yaptığınız ilk sohbetiniz sonucunda ikisinin de oldukça zeki ve terbiyeli insanlar olduğunu anlıyorsunuz (zeki ve terbiyeli olmak olumlu kişilik özellikleri olduğu için, ikisine de her iki özellik için diyelim ki 10 üzerinden 9 veriyorsunuz). Ayrıca Veli'nin neşeli ve yardımsever olduğunu da düşünüyorsunuz (sizce bu kişilik özellikleri de olumlu ve her iki özellik için Veli'ye ayrıca 7'şer puan daha veriyorsunuz).

Tablo 4.2
Toplama ve Ortalama Modeli

	Veli	**Can**
Özellik	**Değerlendirme**	**Değerlendirme**
Zeki	+9	+9
Terbiyeli	+9	+9
Neşeli	+7	-
Yardımsever	+7	-
	Bütünsel Değerlendirme	**Bütünsel Değerlendirme**
Toplama Modeli	**+32**	+18
Ortalama Modeli	+8	**+9**

Edindiğiniz bu bilgiler ışığında, Can hakkındaki bütünsel izleniminiz, Veli hakkındaki izleniminizden daha mı olumsuz olacak? Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi, toplama modelini kullanacak olursanız, Veli'nin ilk iki özelliğine verdiğiniz puanlara, son iki özelliğine verdiğiniz puanları eklersiniz, sonuç Can'ın elde ettiği puanlara göre

daha yüksek çıkar. Ortalama modelini kullandığınız takdirde ise, Veli'ye verdiğiniz puanların ortalamasını alırsınız ve Can'ın ortalama puanından daha düşük olduğu görülür.

Yapılan araştırmalar, ortalama modelinin toplama modelinden daha geçerli olduğunu, insanların kişilik özelliklerini nasıl bir araya getirdiğini daha doğru bir şekilde betimlediğini gösteriyor. Örneğin, Anderson–Norman (1965), iki çok olumsuz kişilik özelliğinin, iki çok olumsuz ve iki daha az olumsuz kişilik özelliğinin bir araya gelmesi durumundan daha olumsuz bir izlenime yol açtığını ortaya çıkarmışlardır. Aynı şekilde, yukarıdaki örnekte de olduğu gibi, birçok olumlu kişilik özelliğine eklenmiş orta olumlulukta bir kişilik özelliği, bütünsel izlenimi daha olumluya çekmekten çok, genel olumluluğun düşmesine yol açar.

Temel kişilik özellikleri

Ortalama modeline göre, kişilik özelliklerinin ortalaması alınmakta ve buna göre bir izlenim oluşturulmaktadır. Ancak, bu modelde kullanılan varsayım, bütün kişilik özelliklerinin eşit ağırlıklı olduğudur. Salomon Asch (1946) bütün kişilik özelliklerinin eşit ağırlık taşımadığını, bu yüzden ortalama modeliyle bütünsel değerlendirmelere varmanın mümkün olmadığını öne sürmüştür. Asch'a göre, bazı kişilik özelliklerinin ağırlığı daha fazladır ve onların varlığı diğer kişilik özelliklerinin varlığı varsayımını da beraberinde getirir. Asch, bu diğerlerine göre daha merkezi kişilik özelliklerine, *temel kişilik özellikleri* demiştir.

Asch (1946), klasik sayılan araştırmasında, deneklere bir kişiye ait kişilik özellikleri listesi okutmuş ve bu listeye göre o kişi hakkında izlenim oluşturmalarını istemiştir. Bazı deneklere dinletilen listede, zeki-becerikli-gayretli-canayakın-azimli-pratik-tedbirli sıfatları verilmiş, diğer deneklere dinletilen listede de bütün sıfatlar aynı tutulmuş, sadece *cana yakın* yerine *soğuk* sıfatı konulmuştur. Kişinin canayakın olduğunu belirten listeyi dinleyen denekler, kişinin soğuk olduğunu belirten listeyi dinleyen deneklere oranla kişiyi daha sosyal, popüler, esprili ve cömert olarak değerlendirmişlerdir. Benzer başka bir listede, kibar ve kaba sıfatları birbiriyle yer değiştiğinde ise, kişi hakkındaki izlenim, cana yakın ve soğuk sıfatlarının değiştirildiği zamanki kadar farklılaşmamıştır.

Bu sonuçlara dayanarak Asch, cana yakın ya da soğuk olmanın temel bir kişilik özelliği olduğunu öne sürmüştür. Cana yakın bir kişinin becerikli, gayretli ve azimli olması olumlu anlamlar taşırken, soğuk bir kişinin aynı kişilik özellikleri daha olumsuz bir bütün içinde değerlendirilebilir. Yani, temel kişilik özellikleri, diğer kişilik özelliklerinin anlamlarını da etkileyebilir.

Asch'in sonuçlarını destekleyen bir başka deney Kelley (1950) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kelley'nin amacı, gerçek yaşamda temel kişilik özelliklerinin, oluşturulacak izlenimleri nasıl etkilediğini göstermekti. Bir psikoloji sınıfı öğrencilerine, dersin hocasının o gün şehir dışında olduğu ve o günlük bir misafir öğretim üyesinin dersi vereceği söylenir. Bazı öğrencilere gelecek misafir öğretim üyesinin sıcakkanlı birisi olduğu söylenirken, diğerlerine soğuk olduğu söylenir. Daha sonra, misafir öğretim üyesi gelir ve 20 dakikalık bir ders verir. Ders sonunda, misafir hocanın sıcakkanlı

birisi olduğunu duymuş olan gruptaki öğrenciler, öğretim üyesini daha çok sevmiş, aynı zamanda da derse daha fazla katılmıştır. Gelecek kişinin soğuk birisi olduğunu duyan grupta bunun tersi sonuçlar elde edilmiştir. Demek ki, kişinin sıcakkanlı veya soğuk birisi olduğunu bilmeleri, öğrencilerin sadece o kişiyle ilgili yargılarını değil, o kişiye karşı davranışlarını da etkilemiştir.

Görülen odur ki, bütün kişilik özellikleri aynı ağırlığa sahip değildir. Bazı temel kişilik özellikleri diğer kişilik özelliklerinin algılanışını, dolayısıyla izlenimlerimizi ve davranışlarımızı da şekillendirmektedir.

İzlenim Oluştururken Düştüğümüz Yanılgılar

Anladık ki biriyle tanıştığımız zaman o kişinin kişiliğiyle ilgili çeşitli izlenimlere sahip oluruz. Şimdiye kadar gördüğümüz modellerde bu izlenimin oluşması bazı sistematik süreçlerle açıklandı. Fakat şimdi öğreneceğimiz modeller göstermiştir ki, izlenim oluşturma her zaman bu kadar sistematik olmaz, bazen bu süreçte bazı yanılgılara düşeriz.

a) Gizil kişilik kuramları

Kişilik özellikleri hakkında bazı varsayımlarımız ya da pek de farkında olmadığımız (gizil) kuramlarımız vardır. İnsanlar hakkındaki kanılarımız, hangi kişilik özelliklerinin bir arada bulunduğu hakkında önceden belirlenmiş düşünce ve inançlarımızla şekillenir. İşte bazı kişilik özelliklerinin birbirleriyle ilişkili olduğuyla ilgili bu varsayım ve inançlar sistemine *gizil kişilik kuramı* adı verilir. Bilimsel olmayan gizil kişilik kuramında, bütün iyi özelliklerin bir arada ve bütün kötü özelliklerin bir arada olduğu varsayımı geçerlidir. Böylece bir kişinin belli bir kişilik özelliğine sahip olması, o özellikle ilintili başka kişilik özelliklerini de çıkarsamamıza yol açar (Cantor ve Mischel, 1979). Örneğin, okulda başarılı ve hep başkalarına karşı saygılı olmuş bir gencin ciddi bir suç işlediğine inanmak, onun hakkında bildiklerimize ters düştüğü için çok zordur. Bu örnekte de görüldüğü gibi, gizil kişilik kuramında etkili olan bir ilke, tutarlılıktır. İnsanlar başkalarında birbirleri ile tutarlı özellikler görme eğilimindedir. Birbiriyle çelişen bilgilerin varlığında bile, insanları iyi veya kötü olduklarına dair tutarlı bir bakışla görmeye yöneliriz. Tutarlılığa erişmeye çalışırken, çelişen bilgileri görmezden gelme veya çarpıtarak algılama eğilimimiz de artar.

b) Olumluluk yanılgısı

İnsanlar hakkında olumsuzdan çok olumlu değerlendirmeler yapma eğilimine *olumluluk yanılgısı* denir (Bruner ve Tagiuri, 1954). Örneğin, bir araştırmada (Sears, 1983) öğrencilerden öğretmenlerini değerlendirmeleri istendiğinde, öğrencilerin % 97'si, öğretmenleriyle birbirlerinden farklı deneyimlere sahip olmalarına rağmen, olumlu değerlendirmelerde bulunmuştur.

Ilımlı ve olumlu değerlendirmeler yapma eğilimine Boucher ve Osgood (1969) *Polyanna prensibi* adını vermişler ve bu prensibi insanların kendilerini, yaşamlarında

güzel şeyler, iyi insanlar vs. olduğu zaman daha iyi hissediyor olmalarıyla açıklamışlardır. Yani, dünyayı pembe gözlüklerle görmenin insanlara iyi geldiğini söylemişlerdir.

c) Olumsuzluk yanılgısı

Yukarıda açıkladığımız olumluluk yanılgısıyla ilk anda çelişiyor gibi görünse de, insanlar zaman zaman olumsuzluk yanılgısı içine de düşer. Başkalarını olumlu görme eğilimimiz, olumsuz bir kişilik özelliği gördüğümüz zaman bunu olduğundan daha fazla önemsememize ve kişi hakkında izlenim oluştururken bu olumsuz özelliğe daha çok ağırlık vermemize yol açar. İnsanlar hakkında yaptığımız değerlendirmelerin çoğu olumlu olunca, arada görülecek olumsuzluklar daha çok göze batacaktır (Fiske, 1980). Başka bir deyişle, olumsuz bir özellik, izlenimlerimizi, olumlu bir özellikten daha çok etkiler. Bunun sonucu olarak da, olumlu bir izlenimi değiştirmek olumsuz bir izlenimi değiştirmekten daha kolaydır (Hodges, 1974; Warr, 1974). Örneğin, belediye başkanlığı sırasında yolsuzluk yaptığını öğrendiğimiz bir politikacı ile ilgili değerlendirmemiz –diğer özellikleri olumlu da olsa– olumsuz olacaktır ve bu izlenimi değiştirmek için uğraşan politikacının başarılı olması çok güçtür.

d) Öncelik ve sonralık etkisi

İzlenimlerimizi etkileyen bir başka faktör de, biri hakkında edindiğimiz bilgilerin sırasıdır. Bir kişi hakkında izlenim oluştururken o kişi ile ilgili edindiğimiz ilk bilgilerin daha sonra edindiğimiz bilgilerden daha etkili olmasına *öncelik etkisi* denir. Bu etki, Jones ve arkadaşları (1968) tarafından etkileyici bir biçimde gözler önüne serilmiştir. Yaptıkları deneyde, denekler, bir zekâ testini cevaplayan bir kişiyi gözlemlemiştir. Araştırmacının asistanı olan bu kişi her cevap verişinde verdiği cevabın doğru olup olmadığı deneklere bildirilmiştir. Bu asistan, 15 soruyu doğru, diğer 15 soruyu ise yanlış cevaplamıştır. Ancak bir durumda, önce doğru cevaplar sonra yanlış cevaplar verirken, diğer durumda önce yanlış cevaplar, sonra doğru cevaplar vermiştir. Testin sonunda deneklerden, bu kişinin bir başka testte nasıl bir başarı göstereceğini tahmin etmeleri ve zekâsını değerlendirmeleri istenmiştir. Asistan her iki durumda da 15 tane doğru, 15 tane yanlış cevap verdiği halde, testin başında doğru cevaplar verdiği durumda, testin başında yanlış cevaplar verdiği duruma oranla, denekler onu daha zeki olarak değerlendirmiş ve bir sonraki testte daha başarılı olacağını tahmin etmiştir.

İzlenimlerimizi oluştururken, başta edindiğimiz bilgiler, daha sonra edindiğimiz bilgilere göre neden daha etkili olur? Bu konuda yapılan bir açıklama, başta öğrendiğimiz bilgilerin bir bilişsel şema oluşturdukları ve daha sonra gelen bilgilerin bu şema çerçevesinde değerlendirildiği yönündedir (Asch, 1946). Örneğin, Ali hakkında edindiğiniz ilk bilgi onun saldırgan birisi olduğu yönündeyse, onun tartışmayı seven biri olduğuyla ilgili duyacağımız ikinci bir bilgiyi olumsuz yorumlarız. Hâlbuki Ali ile ilgili ilk duyduğumuz onun entellektüel olduğu ise, tartışmayı sevmesini olumlu bir şekilde yorumlamaya yöneliriz. Yapılan araştırmalar, insanların karar vermek için az zamana sahip olmaları durumunda ve doğru karar vermenin büyük önem taşımadığı

durumlarda öncelik etkisinin daha güçlü olduğunu göstermektedir (Kruglanski ve Freund, 1983).

Sosyal algıda öncelik etkisinin düzenli olarak yer almasına rağmen, bu etkinin tam tersi de söz konusudur. Bazı durumlarda, bir konuda son olarak edindiğimiz bilgiler daha önce edindiğimiz bilgilere göre daha etkili olabilir. Buna *sonralık etkisi* denir. Ne zaman öncelik ve ne zaman sonralık etkisinin görüleceği konusunu İletişim ve Propaganda (Bölüm 6) bölümünde iletişimin sunum sırası konusunu işlerken göreceğiz. Bu yüzden bu konuya burada daha fazla girmiyoruz.

e) Ayla (hare) etkisi

Bir kişi hakkında edindiğimiz olumlu ya da olumsuz izlenimler, o kişi ile ilgili gelecek beklentilerimizi ve çıkarımlarımızı etkiler. Bir kişiyi 'iyi' bir kişi olarak algılarsak, yani ona karşı tutumumuz olumlu ise, bütün diğer iyi özelliklere de sahip olduğunu düşünürüz ve onunla ilgili beklenti ve çıkarımlarımızı ona göre belirleriz. Aynı şekilde bir insanın 'kötü' olduğunu düşünürsek, yani ona karşı tutumumuz olumsuz ise, bize o insan sanki bütün kötü özelliklere sahipmiş gibi gelir. O 'iyi' ve 'kötü' özelliklerin bir meleğin 'ayla'sı gibi kişiyi sürekli belirleyeceği düşünülür. Ayla etkisinin iyi bir örneği Dion, Berscheid ve Walster'in (1972) yaptığı bir deneyde görülebilir. Bu deneyde deneklere, çok güzel, orta derecede güzel ve güzel olmayan insanların fotoğrafları gösterilmiştir. Sonra, deneklerden her fotoğrafı, güzellikle ilgisi olmayan özellikler açısından değerlendirmeleri istenmiştir. Deneyden çıkan sonuç şuydu: Güzel kişiler hemen hemen bütün olumlu özelliklere sahip olarak değerlendirilirken, güzel olmayanlar olumlu özelliklerde en düşük değerlendirmeye tabii tutulmuşlardır. Yani, deneklerde, fiziksel güzelliğe sahip insanların diğer olumlu özelliklere de beraberinde sahip olacakları veya çirkin kişilerin başka özelliklerinin de olumlu olmayacağı kanısı vardı. Örneğin, iş görüşmesine gelen yeni bir adayla ilgili ilk anda elde edinilen olumlu bir izlenim, o adayla ilgili olumsuz olabilecek başka özelliklerin göz ardı edilmesine neden olabilir veya olumlu özelliklerinin abartılmasına yol açabilir. Genelde fiziksel görünümün pek etkisinde kalmayıp onun ötesine geçtiğimizi düşünürüz. Oysaki araştırmalar bunun böyle olmadığını gösteriyor.

Bu örnekler de göstermiştir ki önemli bir karar alırken yanılgıya düşmemek adına dikkatlice düşünmek gerekir. Fakat son zamanlarda yapılan araştırmalar ilk izlenimlerin doğru olabileceğini de buldu. Araştırmacılar bu fikri test etmek için önce bir grup katılımcının aynı doğal duruş pozisyonunda fotoğraflarını çektiler ve sonra onlara kişilik testi uyguladılar. Sonrasında bir diğer grup katılımcı bu fotoğraflara bakarak fotoğraftaki kişilerin kişiliklerine dair izlenimlerini aktardılar. Sonuçlar gösterdi ki sadece fotoğraflara bakarak bile bazı kişilik özellikleri doğru bir şekilde tahmin edilebilmiştir. Araştırmacılar kişiliğin fiziksel özelliklere yansıyabileceği ve bu yüzden ilk izlenimlerin kimi zaman doğru olabileceği sonucuna vardılar (Naumann, Vazire, Rentfrow ve Gosling, 2009).

Atıf Kuramı

En son duyduğumuz iltifatı hatırlamaya çalışalım. Çok güzel göründüğümüzü söyleyen bir arkadaşımız, yazılarımızın çok başarılı olduğunu bildiren bir hocamız, zamanımız olduğunda yaptığımız yemekleri çok lezzetli bulduklarını söyleyen aile bireyleri vb. kişilerden hemen hepimiz ara sıra böyle iltifatlar almışızdır. İltifat aldığımız anda, bu iltifatı nasıl yorumladığımız ve iltifatı yapan kişi veya kişilerle ilgili neler düşündüğümüz, kişisine ve zamanına göre farklılaşabilir. O gün güzel göründüğümüzün söylenmesini, bunu bize söyleyen arkadaşın bize kur yapmak amacında olduğu ile açıklayabileceğimiz gibi, o gün gerçekten güzel olmamıza da bağlayabiliriz. Aynı şekilde hocanızın iltifatını son birkaç yazınızın rastlantısal olarak başarılı olmuş olabileceğine bağlayabileceğiniz gibi, yazı yazma yeteneğinize de dayandırabilirsiniz. Evde yaptığınız yemeklerin beğenilmesi ise, pek lezzetli olmadıkları halde sizi motive edip daha sık yemek yapmanızı sağlamak üzere olabileceği gibi, kullandığınız malzemelerin tazeliğine ve tadına bağlı olarak da açıklanabilir. Peki, insanların (ve hatta kendimizin) davranışlarının altında yatan sebeplere nasıl varıyoruz? Bu yargılara varmaya çalışırken içinde bulunduğumuz sosyal-bilişsel süreçler bizi nasıl etkiliyor? Bu bölümde sizlerle bunları tartışacağız.

Heider'in Naif Psikolojisi

Davranışlarla ilgili yargılara varmamızda etkili olan faktörler ve gördüğümüz, yaşadığımız olayları açıklama ile ilgili süreçler sosyal psikolojide *atıf (yükleme)* çalışmaları çerçevesinde incelenmektedir. Atıf sürecinin incelenmesi başından beri birçok sosyal psikologun çalışma alanını oluşturmuştur. Fritz Heider (1958), insanların davranışı açıklamada nasıl bir yöntem izlediklerini inceleyen ilk sosyal psikologdur. Heider, her insanın davranışı açıklamada kullandığı bir genel kuramı olduğuna inanmıştır ve buna *naif psikoloji* adını vermiştir.

Heider'e göre, insanlar atıflarda bulunarak iki temel gereksinimlerini giderirler: tutarlı, dengeli bir dünya görüşüne sahip olabilmek ve çevreleri üzerinde kontrol elde edebilmek. Bu gereksinimleri giderebilmenin bir amacı, insanların nasıl davranacaklarını öngörmektir. Eğer insanların neden belirli bir şekilde davrandıklarını açıklayabilir ve nasıl davranacaklarını öngörebilirsek, bu bizim, dünyayı daha tutarlı ve kontrol edilebilir olarak algılamamıza neden olur. İnsanların neden öyle ya da böyle davrandığını, niyetlerini ve karakterlerini hiç bilmediğimizi bir an düşünün. Böyle yaşamak oldukça zor, hatta imkânsız olurdu. Arkadaşımızın bize ne zaman iyi, ne zaman kötü davranacağını kestirememek; işimizde çalışmamızın karşılığında bazen ödül, bazen ceza almak; markete gittiğimizde gerekli miktar parayı ödeyip istediğimizi kasiyerin keyfine göre bazen alıp bazen alamamak vb. deneyimler herhalde çok can sıkıcı ve çekilmez olurdu.

Nedensel açıklamalar: İçsel ve dışsal atıflar

Olayların ve davranışların nedenlerini açıklarken yaptığımız atıflarla ilgili en önemli konu, yapılan açıklamanın odaklandığı yerdir. Heider'e göre, insanlar belirli bir eylemi genel olarak içsel durumlara dayanarak açıklar. *İçsel atıf*, bir kişinin davranışının nedenlerinin o kişinin içsel özelliklerinden kaynaklandığını varsayan açıklamadır. Kişinin içsel özelliklerinden kastedilen, o kişinin kişilik özellikleri, tutumları, yetenekleri, çabaları, ruh hali vs. yani tamamen kişinin kendisiyle ilgili niteliklerdir. Yapılabilecek bir başka tür atıf da, *dışsal atıf*tır. Burada, davranışın nedeni, söz konusu olan kişinin dışında gerçekleşen herhangi bir durum ya da davranışla açıklanır. Örneğin, başka insanların davranışı, şans, o kişinin içinde bulunduğu koşullar vs. Heider ve başka atıf kuramcıları, yapılan hangi açıklamanın –içsel veya dışsal– doğru olduğunu incelemekten çok, insanların davranışın nedenlerini *nasıl* algıladığıyla ilgilenirler. Örneğin, birisinin gergin halini, yetiştirmesi gereken işlerin yoğunluğuna bağlayabileceğimiz gibi, onun gergin ve sinirli kişilik yapısıyla da açıklayabiliriz. Sosyal psikoloji açısından burada önemli olan, hangi açıklamanın daha doğru olduğu değil, kişinin neden birinci veya ikinci açıklamayı seçtiğidir.

Yapılan içsel veya dışsal atıfların yanında, insanlar başka önemli soruları da yanıtlamaya çalışırlar. Bernard Weiner ve arkadaşları, Heider'in atıflarla ilgili kurduğu kuramı genişleterek, modellerinde davranışların nedenleriyle ilgili açıklamalara, davranışın kontrol edilebilirliği ve kalıcılık derecesini de dâhil etmişlerdir (Weiner, 1986). Şimdi, Tablo 4.3'e bakarak Weiner ve arkadaşlarının ne demek istediklerini beraber anlamaya çalışalım: Bir davranışın nedenleri kalıcı nedenlerse, uzun süreli ve devam eden türde nedenlerdir. Eğer bu nedenler kalıcı değilse, geçici ve değişebilen nedenlerdir. Nedenlerin kalıcı olup olmaması, nedenin nerede odaklandığından (içte mi, dışta mı?) bağımsızdır. Bazı nedenler hem içsel hem de kalıcı olabildikleri gibi (bugün dersi anladım, çünkü matematikte iyiyim), içsel, fakat geçici de olabilir (bugün dersi anladım, çünkü bugün dersi iyi dinledim). Kişinin dışında yatan nedenler için de kalıcılık ve geçicilik geçerlidir. Olaylar veya davranışlara hem dışsal hem kalıcı bir neden (dersi anladım, çünkü hoca iyi anlatıyor) bulabildiğimiz gibi, açıklamalarımızda dışsal ve geçici nedenlere de başvurabiliyoruz (dersi anlamadım, çünkü hoca bugün iyi anlatamadı).

Olay ve davranışlara bulduğumuz nedenlerin içsel/dışsal ve kalıcı/geçici olmalarının yanında, nedenlerin kontrol edilip edilemeyecek türden olmaları da önem taşımaktadır. Weiner'e göre, davranışların nedenlerinin bazıları insanların kontrol edebileceği, bazıları da edemeyeceği türdendir. Örneğin, bir işte sarf ettiğimiz çabayı arttırabilir ya da azaltabilir, yani kontrol edebiliriz. Ancak o işin gerektirdiği yeteneği değiştirebilmemiz çok daha zordur. Bir nedenin kontrol edilip edilemez olması, kalıcılık derecesinden ve nereye odaklandığından (içsel/dışsal olmasından) bağımsızdır.

Aşağıda, nedenlerin içsel/dışsal, kalıcı/geçici, kontrol edilebilir/edilemez türden olmalarına göre bir tablo yapılmıştır. Bu tabloda Weiner, bir öğrencinin akademik başarısını hangi nedenlere bağladığına göre bir sınıflandırma yapmıştır.

Tablo 4.3
Nedensel Açıklamalar

	İÇSEL NEDENLER		DIŞSAL NEDENLER	
	Kalıcı Nedenler	**Geçici Nedenler**	**Kalıcı Nedenler**	**Geçici Nedenler**
Kontrol edilebilir	Çalışkanlık	Sadece bir sınav için gösterilmiş çaba	Öğretmenin yanlılığı	Başkalarından bir defalık görülen yardım
Kontrol edilemez	Yetenek	Sınav zamanındaki ruh hali	Sınavın zor olması	Şans

Heider'in çalışmalarından sonra, başka sosyal psikologlar da atıf kuramı üzerinde çalışmışlardır. Aşağıda bu alanda etkili olmuş bazı kuramları birlikte inceleyeceğiz.

Uyuşan Çıkarsamalar Kuramı

Jones ve Davis (1965) insanların, başkalarının davranışlarının nedenlerini nasıl çıkarsadıkları ile ilgilenmişlerdir *(Correspondent inference theory).* Bu iki araştırmacıya göre insanlar, başkalarının davranışlarının, onların kişilik özellikleriyle uyuşup uyuşmadığını çıkarsamak isterler. Yani bu kuramdaki ana kavram, bir kişinin bir davranışının, onun kişiliğinden kaynaklandığı çıkarımının yapılmasıdır. Bir tanıdığınız bir yerde söylenmemesi gereken bir laf ettiğinde, ona "patavatsız" demeniz; böyle konuşmuş olmasını patavatsız olmasına bağlıyorsunuz anlamına gelir. Böyle yaparak onun davranışından yola çıkarak kişiliği hakkında bir çıkarsamada bulunuyorsunuz.

Jones ve Davis, insanların olayları ve davranışları kişisel özelliklere dayanarak açıklamayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Dışsal etkenlere dayalı açıklamalar, ancak içsel özelliklere dayanarak açıklama yapılamaması durumunda gerçekleşir. Bu tercihin sebebi, başkalarının kişisel özelliklerini bilmenin, davranışları daha iyi anlamayı ve öngörmeyi beraberinde getirmesidir. Eğer tanıdığımızı, patavatsız biri olarak belleğimize kaydedersek, ona karşı davranışlarımızı şekillendirebiliriz; örneğin ona anlatacaklarımızı seçerken daha dikkatli oluruz, başka zaman yine söylenmemesi gereken bir söz söylediğinde "o öyledir" deyip daha rahat kabullenebiliriz.

İnsanlar olayları ve davranışları kişisel özelliklerine dayandırma çabalarına rehberlik edecek bazı kurallar kullanırlar.

Bu kurallardan biri davranışın sosyal beğenilirliği ya da bir sosyal norm (adet, gelenek) olup olmamasıdır. İnsanlar sosyal beğenilirliği düşük davranışları sosyal beğenilirliği yüksek davranışlara oranla daha çok kişisel özelliklere dayandırarak açıklarlar, çünkü sosyal beğenilirliği yüksek davranış, davranışı gerçekleştirenin kişisel özelliklerindense kişinin içinde bulunduğu grubun normlarını yansıtır. Herkes böyle dav-

ranır. İnsanlar bu normlardan saptığında, bu beklenmeyen davranışı açıklamak gerekir. Dolayısıyla böyle bir davranış gerçekleştiğinde, insanlar bu davranışı onu yapan kişinin kişisel özelliklerine dayandırmada kendilerinden daha emin olurlar.

Diğer bir kural ise davranışı gerçekleştiren kişinin davranışı gerçekleştirmede seçim şansının ne kadar olduğudur. Özgürce seçilen davranışlar, davranışı gerçekleştirenin kişilik özelliklerini zorla yaptırılan davranışlara göre daha fazla yansıtır.

Sonuç olarak, gerçekleştirilen davranışın sosyal beğenilirliği düşükse ve davranış özgürce seçilmişse, insanlar bu davranışı daha çok bu davranışı gösteren kişinin kişilik özelliklerine bağlarlar.

Kelley'nin Birlikte Değişim Kuramı

Kelley (1967) ise hem içsel hem dışsal atıflarda bulunma sürecini birden çok gözlem noktasına ve ayrıntılara dayanarak analiz etmiş ve *birlikte değişim modelini (covariation model)* yaratmıştır. Kelley, Heider'in insanların akılcı varlıklar olduğu görüşünü paylaşmış ve insanların naif bilimciler olarak başkalarının davranışlarıyla ilgili hipotezlerini sürekli sınadıklarını savunmuştur. Ona göre, kişiler, aynı bir bilim insanı gibi, bir değişkenin başka bir değişkenle farklı ortamlarda birlikte değişim gösterdiğini gözlemleyerek bir nedensellik yargısına varabilmektedirler. Örneğin, A her zaman B'den önce gelmiş ve B sadece A ile birlikte değişim göstermişse (yani B'nin değişmesi A'nın değişmesini hep izlemişse) bu durum A'nın B'ye sebep olduğu sonucunu doğurur. Bu ilkeyi biraz açacak olursak; bir şeyin bir davranışın sebebi olması için, o şeyin o davranışla birlikte her zaman var olması ve davranış olmadığında da görülmemesi gerekir. Bir örnekle Kelley'yi daha iyi anlamaya çalışalım: Eğer yemek sofrasını yemekten sonra hemen toplamamak annemizi her akşam sinirlendiriyorsa, burada *yüksek birlikte değişim* var demektir; eğer sadece arada sırada sinirleniyorsa burada *düşük birlikte değişim* var demektir. Kelley'e göre siz, naif bir bilim adamı olarak, bu tür olaylarda annenizin sinirlenmesini en çok hangi olay ya da davranışla *yüksek birlikte değişim* içerisinde görüyorsanız, o olay ya da davranışı annenizin sinirlenmesinin nedeni olarak saptarsınız.

Bazı durumlarda ise, davranışlara neyin sebep olduğunu ayırt etmekte güçlük çekeriz. Belli bir nedenle davranış arasında ayırt edici yükseklikte bir birlikte değişim söz konusu değilse, o davranışın nedenini kesin olarak saptayamayız. Böyle durumlarda, belli bir neden bulunamamasına Kelley *sonuç çıkarmama* ilkesi demiştir.

Kelley, herhangi bir sosyal olayı açıklarken, insanların nedenleri üç ana kategoriden seçeceklerini ortaya koymuştur: Nedenleri ya davranan kişide, ya uyaranda ya da belli bir durum veya koşulda ararız. Benim kahkaha atmam üç farklı nedenle açıklanabilir: Ben çok neşeli bir insan olabilirim, bana anlatılan fıkra çok komik olabilir ya da bulunduğum ortam çok eğlenceli olabilir.

Birlikte değişimin ölçümünde Kelley, insanların üç tür bilgiye dayandıklarını savunmuştur. Kişinin açıklanmaya çalışılan davranışındaki:

1. Tutarlılık (başka durumlarda ve zamanlarda da bu kişi hep aynı şekilde mi

davranıyor?)
2. Belirginlik (bu kişi, sadece bu durumda mı böyle davranıyor?)
3. Diğerlerinin davranışlarına benzerlik (başkaları da aynı durumda aynı şekilde mi davranıyor?)

Kelley kuramında bu üç tür bilginin yüksek olması halinde, insanların dıştaki bir obje, varlık ya da kişiye atıfta bulunduklarını öne sürmüştür. Eğer, benzerlik ve belirginlik az, tutarlılık yüksekse gözlem yapılan kişi ile ilgili içsel özelliklere atıfta bulunduklarını gözlemlemiştir. Diğer taraftan, tutarlılık ve benzerlik az, belirginlik yüksekse, insanların duruma bağlı etkenlere atıfta bulunma olasılığı artmıştır.

İlk okunduğunda Kelley'nin kuramını anlamak zor gibi görünse de, bir örnekle bu kuramın ne demek istediğini kavramak güç olmayacaktır. Diyelim ki, mahallede oynayan çocuklar, Ahmet adında bir çocukla alay ediyorlar. Böyle bir sahneye şahit olduğunuzda, Kelley'nin kuramına göre, tutarlılık, benzerlik ve belirginlikle ilgili farklı bilgiler sizin farklı atıflarda bulunmanıza yol açacaktır. Bu olasılıkları tablo 4.4'te beraber inceleyelim.

Tablo 4.4
Kelley'nin Atıf Kuramı'nın Bir Örneğe Uygulanışı

"Olay: Mahalledeki çocuklar Ahmet isimli bir çocukla alay ediyor."

Bu durumda *Ahmet'in kişiliğine* atıfta bulunulur. *(içsel atıf)*	• **Yüksek Benzerlik:** Ahmet'le herkes alay ediyor. • **Yüksek Belirginlik:** Mahalleli çocuklar başka kimseyle alay etmiyor. • **Yüksek Tutarlılık:** Mahalleli çocuklar Ahmet'le neredeyse her zaman alay ediyor.
Bu durumda alay eden *mahalleli çocukların kişiliğine* atıfta bulunulur. *(dışsal atıf)*	• **Düşük Benzerlik:** Neredeyse başka kimse Ahmet'le alay etmiyor. • **Düşük Belirginlik:** Mahalleli çocuklar hemen hemen bütün gördükleri çocuklarla alay ediyor. • **Yüksek Tutarlılık:** Mahalleli çocuklar Ahmet'le neredeyse her zaman alay ediyor.
Bu durumda *belli bir olay ya da zamanla* ilgili atıfta bulunulur.	• **Düşük Benzerlik:** Neredeyse başka kimse Ahmet'le alay etmiyor. • **Yüksek Belirginlik:** Mahalleli çocuklar başka kimseyle alay etmiyor. • **Düşük Tutarlılık:** Mahalleli çocuklar Ahmet'le çoğu zaman alay etmiyor

Kuramı ne kadar iyi anladığımızı görmek için bir başka örnek üzerine yoğunlaşalım. Ayşe bir film görmüş, bize onu övüyor. Bu durumu yorumlayabilmek için hangi tür sorular aklımıza gelir?

- Ayşe sık sık gördüğü filmleri över mi? (*tutarlılık*) Eğer öyleyse, Ayşe'nin sinema konusunda pek müşkülpesent olmadığını, kolay beğendiğini dikkate alıp (atıfı Ayşe'ye yapıp) filmin çok iyi olduğu konusunda kuşku duyabiliriz.
- Başkaları da bu filmi beğeniyor mu? (*benzerlik*) Eğer öyleyse, o zaman atıfı filme yapıp filmin gerçekten iyi olduğuna inancımız artar.
- Ayşe her filmi beğenmez, ama bu filmi beğeniyor; başka da bu filmi öven pek kimse yoksa (*yüksek belirginlik*), o zaman belli bir durum/zaman atıfı söz konusu olabilir. Örneğin, Ayşe bu filmde özel bir şey bulmuş ya da Ayşe filmi çok keyifli bir gününde görmüş gibi.

Bu örneklerden de görüldüğü gibi, atıf kuramı, sosyal olayları nasıl algılayıp yorumladığımızı, onlara nasıl anlam verdiğimizi inceler. Aynı olayın çeşitli gözlemcilerce farklı şekillerde algılanıp yorumlanması, çoğu zaman yaptıkları farklı atıflar sonucudur.

Peki, biz insanlar gerçekten, Heider ve Kelley'nin öne sürdüğü gibi akılcı mıyız? Yargılarımıza ve açıklamalarımıza bir bilim adamı özeniyle mi ulaşıyoruz? Böyle yapmaya çalıştığımız muhakkak. Yaygın bir görüş, insan bilişinin tamamen akılcı olduğunu savunur. Bu görüşe göre, her insan doğru fikir ve inançlara sahip olmak için elinden gelenin en iyisini yapar. Bu görüşü savunanların en önde gelenlerinden biri 18. yy. filozoflarından Jeremy Bentham'dır. Bentham'a göre, bizler, neyin iyi neyin kötü olduğunu belirlemek için bir mutluluk hesabı yapıyoruz. Diyelim ki, yeni bir araba almayı düşünüyorsunuz. Nasıl bir araba alacağınıza karar vermek için, her markanın size sağlayacağı avantajları topluyorsunuz –arabanın sportif görünüşü, içinin komforu, insanların yolda dönüp arabanıza bakma olasılığı, güvenliği vs.– ve bu toplamdan size getireceği dezavantajları çıkarıyorsunuz –her ay ödemek zorunda kalacağınız taksitler, tamir ve bakım masrafları vs.–. Bu hesaptan sonra size en çok avantaj sağlayacak ve en az zarar getirecek arabayı seçiyorsunuz.

Bir an durup, günlük yaşamımızda Heider, Kelley ve Bentham'ın öne sürdüğü modellere sadık kalarak akılcı bir biçimde düşündükten sonra kararlara varıp varmadığımızı düşünelim. Zannediyorum, kimilerimiz bazı durumlarda bu şekilde davrandıklarını hatırlayacaktır. Ancak bunu genelleyebilmekte çoğumuzun zorluk çekeceği de ortada. Belki bir araba satın alırken, karar vermek için yeterli zamana ve bilgiye sahip olduğumuzda, Bentham'ın öne sürdüğü mutluluk hesabını yapabiliriz veya yukarıda verilen örnekteki durumda mahalleli çocuklarla ilgili sağlıklı sonuca varabilmek için uygun bilgilere ulaşma imkânımız olduğunda naif bir bilim adamı gibi davranabiliriz. Ancak günlük yaşamda akılcı düşünceye ulaşabilmek için gerekli iki koşul vardır: a) Kişi, doğru ve işe yarar bilgiye ulaşabilecek durumdadır ve b) Kişi, edindiği bilgiyi kullanmak için kaynağa (örneğin, zamana ve bilgiye) sahiptir. Günlük yaşamda bu iki gerekli koşulun gerçekleşme olasılığı oldukça düşüktür.

Yukarıda verilen her iki örnekte de bu koşulların gerçekleşmeme olasılığının yüksek olduğunu görürüz. Araba satın alma örneğini düşünürsek; birçok insan arabanın

tamir ve bakım masraflarının ne olacağını tam tamına hesap etmez veya bu bilgi bir yerlerde var olsa dahi, onu bulmak için çaba göstermez. Almayı düşündüğüm araba ile ilgili bilgiler benim bakış açım ve sahip olduğum bilgi ile sınırlıdır ve bu bilgileri de tanıdığım birkaç arkadaştan veya gördüğüm reklamlardan edinmiş olma olasılığım da hayli yüksektir. Düşünün ki, araba alma gibi bir kararda yanlı ve eksik bilgilere dayanırsak, eş seçme, önemli miktarda para harcama, ev alma gibi konulardaki kararlarımızı kim bilir nasıl veririz?

Eğer, akılcı düşünüp kararlarımızı öyle alamıyorsak, ne yapıyoruz peki? Kestirme yollar kullanıyoruz ve Fiske ve Taylor'ın (1991) belirttiği gibi bilişsel enerjimizi mümkün olduğu kadar az sarf ediyoruz. Karmaşık problemleri basitleştirmek için belli stratejiler uyguluyoruz. Bilişsel kapasitemizi zorlamamak için bazı bilgileri göz ardı ediyoruz, başka bilgiler aramamak için var olanları fazlaca sık kullanıyoruz veya mükemmel olmayan bir seçeneği yeterli bulabiliyoruz. Sonuç olarak sınırlı bilişsel kapasitemizi sınırsız sayıdaki bilgileri işlemek için kullanabiliyoruz. Fakat bu tür kestirme stratejiler yanılgılara ve ciddi hatalara da yol açabiliyor, özellikle basit ama yanlış bir stratejiyi seçtiğimizde ve acele içinde önemli bir bilgiyi göz ardı ettiğimizde.

Kestirme yollara başvurmanın ciddi yanılgılara ve önyargılara yol açabileceğini unutmamak gerekir. Bilişsel sınırlarımızın farkına varmazsak, bunları aşmanın mümkün olmayacağı da bir gerçektir. Eğer kestirme yollara başvurduğumuzu kabul etmezsek kişisel bakış açımızın tek ve doğru bakış açısı olduğuna inanırız. Tarih de göstermiştir ki, bu yanılgı insanları korkunç sonuçlara sürükleyebilmiştir. Burada önemli olan, sınırlarımızı bilmek ve daha net düşünmeyi biraz olsun öğrenebilmektir. İnsanların kararlara varırken izleyebileceği kestirme yöntemlere bölümün sonuna doğru tekrar döneceğiz.

Atıflarda Düştüğümüz Yanılgılar

Yukarıda incelediğimiz gibi günlük yaşamımızda birçok olay ve davranışı açıklamaya çalışırız: Bana neden "günaydın" demeden hızla yürüyüp gitti? Geçen dönem iyi notlar aldığım halde, bu dönem neden istediğim başarıyı gösteremiyorum? Annemi telefonla aradığımda neden bana her zamanki gibi sıcak davranmadı? Bu tür soruları hepimiz sıkça sorup cevaplarını bulmaya çalışırız. Yaptığımız açıklamalar çoğunlukla akılcı ve doğru olmakla beraber, birçok zaman da yanlılığa ve yanlış açıklamalara doğru yönelebilir. Sosyal psikolojide, dünyada olup bitenleri nasıl yorumladığımız ve bunlara nasıl açıklamalar getirdiğimizi araştıran çalışmalar, atıflarımızı ve açıklamalarımızı etkileyen üç tür yanılgı saptamışlardır. Aşağıda bunları örneklerle ele alacağız.

a) "Temel" atfetme yanılgısı

Bildiğimiz gibi davranış, bireyin kişisel özellikleri ve dış faktörler arasındaki etkileşimi sonucunda oluşur. Fakat genellikle, sosyal bir davranışın nedenlerini durumsal

özelliklere değil, kişisel özelliklere dayanarak açıklama eğiliminde bulunuruz. Buna *temel atfetme yanılgısı* denmektedir (Ross, 1977). Örneğin, Ahmet'in neden bir işi yapmadığını durumsal koşullara dayanarak açıklamak yerine (o gün Ahmet'in annesine yardım etmesi gerekiyordu), onun karakter özellikleriyle açıklamak (Ahmet tembeldir) bu yanılgıya bir örnektir. Temel atfetme yanılgısı, bu bölümün başlarında incelediğimiz *içsel atıf*la aynı şeydir. Burada bir yanılgı olarak ele alınmasının nedeni, içsel atıf yapma eğiliminin, durumsal koşulları göz ardı etmeye ve yanlış çıkarsamalarda bulunmaya yol açabilmesidir. Bu yanılgı bizi, davranış ve güdülerde gerçekte olduğundan daha fazla bir tutarlılık olduğu sonucuna da götürür. Şöyle ki, bir kişi bir davranışta bulunuyorsa, bu onun kişiliğinden dolayıdır yani öyle yapmak istediği için öyle davrandığı varsayılır. Oysaki kişilik ve davranışlar her zaman böyle bir çakışma göstermez. Özellikle ortamsal faktörler bazen davranışları yönlendirir.

Temel atfetme yanılgısına Jones ve Harris'in (1967) yaptığı bir araştırma örnek olarak gösterilebilir. Bu araştırmada bazı kimselerden Fidel Castro'nun (Küba'nın komünist lideri) lehinde, bazı kimselerden de Castro'nun aleyhinde yazı yazmaları istenmiştir. Bu deneyi izleyen gözlemci deneklerden ise Castro ile ilgili yazılar yazan kimselerin gerçek tutumlarını tahmin etmeleri istenmiştir. Bu yazıları yazan kişilerin tutumları hakkında yapılan atıflar incelendiğinde şu sonuç çıkmıştır: Castro yanlısı yazı yazan kişiler gerçekten Castro yanlısı, Castro'nun aleyhinde yazı yazanlar da gerçekten Castro karşıtı olarak değerlendirilmişlerdir. Yazıyı yazan kişinin yazıda ne tür bir tutum takınacağını seçme hakkı olmadığının bilinmesi durumunda bile böyle kişisel/içsel atıflarda bulunulmuştur. Gözlemciler, kişisel özelliklerin, durumsal koşulların etkisinden (ne tür bir yazı yazılacağının seçilememesi) daha önemli olduğu sonucuna varmışlardır. Demek ki, insanlarda bir kimsenin içinde bulunduğu sosyal ortamın gereklerini göz ardı edip davranışı salt kişisel özelliklerle açıklama eğilimi vardır.

Benzer şekilde, insanların birden çok sosyal rol üstlendiğini sık sık göz ardı ederiz. Davranışların nedenlerini araştırırken, sosyal rollerin ve beklentilerin etkisini görmezden gelebiliriz. Örneğin, üniversitedeki bir hocanızı katı, kurallara sadık, ilkelerinden ödün vermeyen ve oldukça eleştirel bir insan olarak tanıdınız. Bir gün hocalarla öğrencilerin beraber gittiği bir yemekte hocanızı o ana kadar tanıdığınız halinden çok başka türlü gördünüz. Orada üniversitedeki katı hocanız gitmiş, yerine sıcak, sevimli, hoşgörülü ve neşeli biri gelmiş olabilir. Bu durumda sorulacak olan soru, hangi durumun hocanızı daha iyi tanımladığı sorusu değildir. Bir sosyal rol (üniversitede hoca olma) hocanızdan belirli davranışlarda bulunmasını gerektirirken, bir diğer sosyal rol (eğlenceli bir ortamda arkadaş) başka davranışlar gerektiriyor olabilir. Onu sadece hoca rolünde tanıyan öğrencilerin ise, temel atfetme yanılgısına düşerek, gördükleri davranışları onun kişisel özellikleriyle açıklama ("Hocamız sert ve hoşgörüsüz bir kişidir.") ihtimali oldukça yüksektir.

Ross, Teresa, Amabile ve Steinmetz (1977) davranışları açıklamada sosyal rollerin ne kadar göz ardı edildiğini göstermek amacıyla tasarladıkları akıllıca bir deneyde denekleri rastgele iki farklı role sokmuşlardır: (a) görevi zor sorular hazırlamak olan bir kişi rolü ve (b) görevi bu soruları cevaplamak olan bir kişi rolü. Gözlemcilerin

görevi ise bu minik sınavı izlemek ve soruları soran ve cevapları veren kişilerin genel bilgi düzeylerini değerlendirmektir. Kendinizi gözlemci yerine koyarsanız, dikkatli olmadığınız takdirde akıllı ve bilgili bir kişi ile oldukça bilgisiz ve akılsız bir başka kişi göreceksiniz. Ancak dikkat ettiğinizde, kişilerin girdiği rollerin davranışlarını nasıl sınırladığını görürsünüz. Soru soran rolünü üstlenen kişi, karşı tarafın cevaplayamayacağı zorlukta sorular hazırlayabilecek konumdadır. Sadece bu soruları soruyor olduğu için bu kişi daha akıllı görünmektedir. Diğer yandan soruları cevaplama rolünü üstlenmiş olan kişi, hazırlanmış zor soruları cevaplamakta güçlük çekeceği için bilgisiz görünecektir. Oysaki denekler bu rollere tamamen rastgele yerleştirildikleri için, soruları soranların cevaplayanlardan *gerçekten* daha akıllı ve bilgili olmaları söz konusu değildir. Bu araştırmada ilginç olan, gözlemcilerin deneklerin bu rollere rastgele atandıklarını biliyor olmalarıdır. Yine de bu gerçeği göz ardı edip kişisel özelliklere atıfta bulunmaktan kendilerini alamamışlardır.

Eğer duruma bağlı koşulları görmezden gelip, olayların nedenlerini insanların kişisel özelliklerine atfetmeyi genel bir eğilim haline getirirsek bunun etkileri yukarıda verilen örnekten çok daha geniş çaplı olabilir. Örneğin, ülkemizdeki işsiz gençleri düşünürsek, onların durumlarını tembel olmalarına, iş aramadıklarına bağlayıp bu sorunun nedenini onların kişisel özellikleriyle sınırlarsak, işsizlik sorununu çözmek için bireylere yönelik çözümler üretmek zorunda kalırız. Oysa işsizlik sorununa, eğitim olanaklarının kısıtlı olması, iş alanlarının azlığı, üretilen politikaların sonuç getirmemesi gibi sorunların yol açtığını düşünerek yaklaşırsak, yani işsizlik sorununun nedenlerini kişisel değil dışsal ve durumsal etkenlere bağlarsak, üreteceğimiz çözümlerin nitelikleri bambaşka olacaktır.

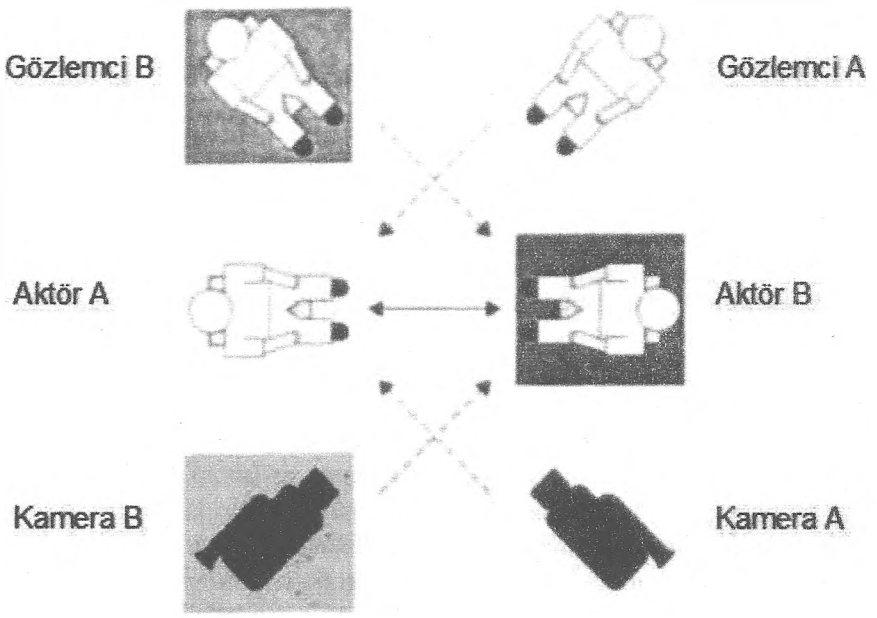
Yukarıda belirtilenler, kişisel özelliklerin hiçbir etki taşımadığı ve her olayın nedeninin koşullarda yattığı anlamına gelmez. Burada üstünde durmak istediğimiz, davranışların nedeninin içinde bulunulan koşullarda yatma olasılığını göz ardı ederek olayı kişisel özelliklere dayanarak açıklamaya meyilli olduğumuzdur. Burada öğrendiklerimiz, bizleri temel atfetme yanılgısı konusunda duyarlı yapmalı ve yaptığımız içsel/kişisel atıfların her zaman doğru olmaması riskine karşı uyanık tutmalıdır.

b) Aktör–gözlemci yanılgısı

Atıf yaparken içine düştüğümüz bir başka yanılgı da aktör-gözlemci yanılgısı olarak adlandırılmıştır. Burada *aktör* terimi, bir davranışta bulunan kişi anlamındadır; *gözlemci* de, aktörün davranışını gözlemleyendir. Aktörlerin, kendi davranışlarını dış etkenlere bağlı olarak açıklama, gözlemcilerin ise aynı davranışları aktörlerin sabit kişisel özelliklerine bağlı olarak açıklama eğilimine aktör-gözlemci yanılgısı denir. Örneğin ben, çok güzel konserler olduğu için festivali takip ettiğimi söyleyebilirim. Bir başkası ise, benim festivale gitmemi "entel" gözükmek isteyen özenti biri olmama bağlayabilir. Yani, ben davranışımı dış etkenlere bağlayarak açıklarken, bir başkası aynı davranışı temel atfetme yanılgısına düşerek benim kişilik özelliklerime bağlayarak açıklayabilir.

Aktör-gözlemci yanılgısının yaygın olduğunu gösteren çok miktarda araştırma vardır. Bu araştırmalardan birinde Storms (1973) bu yanılgıyı ölçmek amacıyla sohbet için bir oturma düzeni oluşturmuştur. Dört tane katılımcıdan iki tanesi sohbet eden rolünde, diğer iki tanesi de gözleyen rolündedir. Bu dört kişi şekilde gösterildiği biçimde oturmuşlardır (bkz. Şekil 4.1). Sohbet edecek olan kişilere (aktörlere) 5 dakika süresince birbirleriyle konuşmaları, gözleyecek olan kişilere de yüzlerinin dönük olduğu konuşmacıyı izlemeleri söylenmiştir. Sohbetten hemen sonra hem aktörlerden hem de gözlemcilerden, aktörlerin davranışlarının ne ölçüde kişilik özelliklerinden ve ne ölçüde durumsal etkenlerden etkilendiğini belirtmeleri istenmiştir. Aktör-gözlemci yanılgısının tanımına uygun olarak, gözlemciler aktörlerin davranışlarını açıklarken onların kişisel özelliklerine, aktörler ise kendi davranışlarını açıklarken durumsal etkenlere atıf yapmışlardır.

Şekil 4.1
Aktör-Gözlemci Yanılgısı



Neden insanlar bu yanılgıyı yaşıyorlar? Algısal dikkat, bu yanılgının nedenlerinden birisi olabilir. Şöyle ki, aktörün dikkati çevresine yönelmekte, gözlemcinin dikkati ise gözlemlediği aktörün üzerinde yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla, olay gerçekleşirken bulundukları konumdan ötürü aktörün dikkatini çekenle gözlemcinin dikkatini çeken farklı olmaktadır.

Eğer algısal dikkat bu yanılgının oluşmasına neden oluyorsa, dikkatin aktör ve gözlemci için başka taraflara yönlendirilmesi farklı bir sonuca yol açar mı? Storms

(1973) bu soruyu araştırmasının ikinci kısmında yanıtlamıştır. Deneyin bu kısmında denekleri yukarıdaki şekilde gösterildiği biçimde yerleştirmiş ve iki video kamerayı aktörlerin (sohbet edenlerin) sohbet sırasında yüz ifadelerini çekecek şekilde yerleştirmiştir. Sohbetten hemen sonra, denekler atıflarını yapmadan önce, onlara videokaseti izletmiştir. Aktörler kendi yüzlerini seyrederken, gözlemci A'ya bu kez aktör B'nin ve gözlemci B'ye aktör A'nın konuşması gösterilmiştir. Yani, yukarıdaki deneyden farklı olarak, deneklere kişiler ters açılardan seyrettirilmiştir. Sonunda deneklerden davranışlarına ilişkin atıflarda bulunmaları istendiğinde, aktör-gözlemci yanılgısına rastlanmamış; tam tersine kasette kendilerini izleyen aktörler içsel atıflarda bulunurken, gözlemciler sohbet sırasında izledikleri aktör hakkında dışsal atıflarda bulunmuşlardır. Bu bulgular, atıf sürecinde algısal dikkatin gücünü göstermekle kalmayıp, aynı zamanda aktörlerin, dikkatleri kendi yaptıklarına yönlendirildiği zaman, davranışlarını içsel faktörlere dayanarak açıkladıklarını da ortaya koymuştur.

c) Kişinin kendisiyle ilgili yanılgılar

Şimdi de kendimizle ilgili sosyal bilişimizin nasıl şekil aldığına bir göz atalım. İnsanoğlunun en büyük güdülerinden bir tanesi, benliğini devam ettirmek ve geliştirmektir ve bilişi de buna hizmet eder şekilde çalışır. Burada, benliğin sosyal bilişimizi nasıl etkilediğini gösteren iki süreç anlatılacaktır; *ben-merkezli düşünce* ve *kendini kayırma eğilimi.*

Ben-merkezli düşünce:

İnsanlar olaylarda kendilerini başkalarından daha merkezde görme eğilimindedirler. Çoğumuz geçmiş olayları kendimizin kontrol ettiğini, yönlendirdiğini ve başkalarının davranışlarını etkilediğimizi sanırız. Bu tür düşünceye ben merkezli düşünce denir.

Ellen Langer (1975), basit bir deneyle *kontrol illüzyonu*nun, yani ben-merkezli düşüncenin, gücünü göstermiştir. Bu çalışmada, denekler piyango bileti satın almışlardır. Fakat bazı öğrenciler kendi biletlerini kendileri seçerken, bazılarınınkini araştırmacı kendisi seçip öğrencilere vermiştir. Daha sonra, öğrencilere biletleri araştırmacıya geri satmaları söylenmiştir. Görülen şu olmuştur: Biletini kendisi seçen öğrenciler, seçmeyen öğrencilere oranla biletlerine 4 kat daha fazla para talep etmişlerdir. Bu öğrenciler, biletlerini kendilerinin seçmiş olmalarının sonucu etkileyebileceği illüzyonu içindeydiler ve numaraları kendileri seçtikleri için biletlerinin daha değerli olduğunu düşünmüşlerdi. Aslında, hepimizin bildiği gibi hangi numaranın seçildiği tamamen şansa bağlıdır; bileti kimin seçmiş olduğunun bir önemi yoktur. Fakat ben merkezli düşüncenin sebep olduğu kontrol illüzyonu oldukça güçlü bir illüzyondur. Örneğin, çoğumuz, önceden doldurulmuş hazır sayısal lotoları satın almak yerine sayıları kendimiz doldurmayı tercih ederiz. Böylece kazanma olasılığının artacağına inanırız. Gene bu nedenle milli piyango bayilerinden bilet alırken alıcı bileti kendi seçer, bayi seçmez.

Ben-merkezli düşünceler, geçmişte yaşanmış olaylarla ilgili hatırladıklarımızı da etkileyebilir. Örneğin, kendimizle ilgili bilgileri diğer bilgilere göre daha iyi hatırlarız. Hatta grup içi çalışmalarda bireyler, kendi yaptıklarını, diğer grup üyelerinin yaptıklarını unutmak pahasına daha iyi hatırlarlar. Son olarak, araştırmalar herhangi bir konuyu kendimizle ilişkilendirdiğimizde daha iyi hatırladığımızı gösteriyor. Buradan çıkarılabilecek sonuç, yeni bilgiler edinirken bu bilgileri, kendi deneyimlerimize uyarlamak ve böylece onları daha iyi hatırlamak olabilir. Bu kitabı yaşadıklarınızdan örnekler bularak okursanız, öğrendikleriniz belleğinizde daha iyi yer edecektir.

Kendini kayırma eğilimi:

Kendini kayırma eğilimi, kişinin bir yandan başarıyı kendisine mâl ederken, diğer yandan başarısızlık için suçu dışsal etmenlere yüklemesidir. Başarılarımızı kendi yeteneklerimiz, çok çalışmamız ya da genel olarak iyi olmamız gibi içsel nedenlere yükleriz. Başarısızlıklarımız içinse kötü şans, baskıcı bir politik yapı, kötü hava şartları vb. dışsal nedenleri suçlarız. Bu yanılgı, atfetme yanılgılarının en güçlü olanıdır ve kültürlerarası varlığı da araştırmalarla saptanmıştır (Fletcher ve Ward, 1988). Ancak, kendini kayırma eğilimi, bireyci eğilime sahip toplumlarda toplulukçu eğilime sahip toplumlarda olduğundan çok daha güçlüdür (Chandler ve ark. 1981; Kashima ve Triandis, 1986).

Günlük yaşamda birçok olayda bu yanılgıyı çoğumuz yaşarız. Aşağıdaki örneklerle bunu gözümüzün önüne getirmeye çalışalım: Kumarbazların başarılarını yeteneklerine, başarısızlıklarını şansa bağlaması; öğrencilerin sınavlardan iyi not almalarını yetenek ve çabalarına bağlarken, kötü not almalarını sınavın zorluğuna veya öğretmenin kıt not vermesine bağlaması; iki kişinin oynadığı takımlarda eşlerden birinin kazanılan puanların kendi iyi oynadığı için alındığını, kaybedilen puanlarınsa diğer oyuncu kötü oynadığı için kaybedildiğine inanması; birinin bizi niye sevmediğini açıklarken, sorunun diğer kişide olduğunu söyler ve sorumluluğu üstümüze almazken, birinin bizi niye sevdiğini açıklarken de kendi iyi kişilik özelliklerimizi sebep olarak göstermemiz gibi.

İnsanlar neden böyle bir yanılgıya düşüyorlar? Neden iyi olayları içsel nedenlerle açıklarken, kötü olayları dışsal nedenlere bağlıyoruz? Bu soruya verilen cevaplardan biri güdüsel bir açıklamadır. Bu açıklamaya göre, insanlar bu tür yanılgılara düşerek benlik kavramlarını ve özgüvenlerini korumaya güdülenmişlerdir. Buradan çıkan sonuç, eğer kendimizi olumlu görürsek, kendimizi olumlu işler başaran biri olarak görmek ve kabul etmek kolay olacaktır. Olumlu benlik algımıza bir tehdit geldiğinde ise, kendimizi o tehdide karşı korumak zorunda hissederiz, reddetme yoluyla veya iyi bir bahane ile.

Bu yanılgıya neden düştüğümüz sorusuna verilen başka bir cevap da, kendini kayırma eğiliminin akılcı bir bilgi işlem sürecinin sonucu olduğudur. Bu görüşe göre, bu yanılgı belli bir durumdaki başarı beklentilerimizden kaynaklanmaktadır (Miller ve Ross, 1975; Taylor ve Riess, 1989). Buradaki temel görüş, insanların genel olarak başarmayı umdukları ve dolayısıyla bu gerçekleştiğinde, sorumluluğu almaya hazır

olmalarıdır. Kelley'nin modeline göre, insanlar başardığında, başarılarını düşük belirginliğe ve yüksek tutarlılığa sahip olarak görürler ve bu yüzden kişisel/içsel atıflarda bulunurlar. Ancak başarısızlıkla karşılaştıklarında, bunu genellikle normal dışı, istisna kabul ederler (yüksek belirginlik ve düşük tutarlılık) ve bu yüzden dışsal bir atıf yapmaya eğilimli olurlar. Eğer başkaları da aynı durumda başarısızlığa uğramışsa, yüksek benzerlik dışsal atıf olasılığını daha da güçlendirir.

Depresif veya özgüveni düşük olan insanlarda durum farklı olabilir. Alloy ve Abramson (1979) depresif insanlarda *depresif gerçekçilik* adını verdikleri yukarıda bahsedilen yanılgının tam tersi bir durum gözlemişlerdir. Tasarladıkları bir deneyde, deneklerden bir düğmeye basmaları istenmiştir. Denek düğmeye bastıktan sonra ışık yanarsa para kazanıyor, yanmazsa para kaybediyordu. Denekler için kontrol zaman zaman söz konusuydu. Yani, düğmeye basma sonucunda bazen ışık yanıyor, bazen de yanmıyordu. Deneyin sonucunda deneklere, düğmeye basmalarının ışığın yanmasını ne ölçüde kontrol ettiği sorulduğunda, ışık üstünde zaman zaman kontrol sahibi olan normal denekler para kazandıkları zamanki kontrollerini para kaybettikleri zamana oranla daha yüksek tahmin etmişlerdir. Bu durum kendini kayırma eğiliminin tipik bir örneğidir. Oysa depresif denekler deneydeki durumla ilgili kontrol miktarlarını doğru tahmin etmişlerdir. Bu durum da bize depresif deneklerin kendini kayırma eğiliminde olmadığını gösterir. Bu kişilerin kendilerini kötü hissetmeleri, motivasyonlarının benliğe hizmet yanılgısına düşmeyecek şekilde azalmasına neden olmuş ve kendilerini kayırma yerine olumsuz sonuçlu da olsa objektif olarak değerlendirmelerine yol açmıştır.

Yapılan seri araştırmalar sonucu Weary (1979) benliğe hizmet eden yanılgıların şu durumlarda arttığını tespit etmiştir. (a) eğer, kişi kendi için önem taşıyan bir davranışta bulunuyorsa; (b) kişi kendi davranışının sonuçlarından kendini sorumlu tutuyorsa; (c) kişinin davranışı başkaları tarafından görülecekse. Eğer kişinin benlik kavramı tehdit altında ise ve kişi olumlu bir benlik imajına ulaşmak için fırsat kolluyorsa, kendini kayırma eğilimine başvurma eğilimi artacaktır.

Kendini kayırma eğilimi kendimizle ilgili tam olarak doğru olmayan bir tanım sağlasa da, bu eğilimin birçok sosyal ortamda işe yarar bir strateji olduğu söylenebilir. Örneğin, başarıları kişisel/içsel atıflarla açıklamak, gelecekteki başarı beklentilerimizi ve başarması zor işlere girme olasılığımızı artırır (Taylor ve Brown, 1988). Aynı şekilde, başarısızlıklarımızı dışsal nedenlere bağlayarak açıklamak da, gelecekteki başarı beklentimizi artırır ve yaptığımız işte devam etmemizi sağlar. Örneğin, Wilmar Schaufeli (1988), iş bulamamalarını dış nedenlerle açıklayan işsiz insanların iş bulmada başarı şanslarının daha yüksek olduğunu göstermiştir. Aynı şekilde Martin Seligman (1991) yaptığı birçok çalışma sonunda, –'yenilgi kötü şansa bağlıdır ve çaba ve yetenekle giderilebilir' gibi– olumlu düşünme biçiminin daha fazla başarı, sağlık ve iyi bir ruh halini beraberinde getirdiğini göstermiştir. Ancak diğer taraftan bu eğilim, olumlu sonuçlarının yanında olumsuz sonuçlara da yol açabilir. Özellikle kendini olduğundan daha akıllı, yetenekli görme ve şişirilmiş bir benlik kavramı, gerçekçi değildir.

d) Diğer yanılgılar

Kestirme yöntemlerdeki kolaycılığın neredeyse tersi gibi görünen bir başka yanılgı da vardır; Geçmişi zihinde tersine çevirmek. İnsanlar ucundan kaçırdıkları bir negatif olay yaşadıkları zaman (bir dersten 1-2 puanla kalmak gibi) gerçek karşıtı akıl yürütme yaparlar, yani geçmişteki bir olayı tersine çevirir ya da geçmişin bir kısmı farklı olmuş olsa neler olabileceğini düşünürler (Roese, Hur ve Pennington, 1999). Bu, rahatsız edici gerçeği reddetme olarak da görülebilir. "Eğer bir puan fazla almış olsaydım, dersi geçmiş olabilirdim" düşüncesi, gerçek karşıtı akıl yürütmeye bir örnektir.

Geçmişi zihinde geri almanın ya da tersine çevirmenin etkileri de ilgi çekicidir. Sizce ikinci olup gümüş madalya kazanan bir atlet mi daha mutlu olur yoksa üçüncü olup bronz madalya kazanan mı? Medvec, Madey ve Gilovich (1995)'ın araştırmasının gösterdiğine göre bronz madalya kazanan atletler daha mutlu olmaktadır. Medvec ve diğerleri bunu gümüş madalya kazanan atletin yarışı kazanmış olmak hakkında daha fazla ve daha kolay bir şekilde gerçek karşıtı akıl yürütmeye girebilecek olmasıyla açıklıyorlar. 1992'deki olimpiyatların kasetlerini incelediklerinde de bronz madalya kazanan atletlerin, ikinci gelen atletlere kıyasla daha mutlu göründüklerini gözlemlemişler. Gümüş madalya kazanan atletler röportajlarında da daha fazla geçmişi tersine çevirdikleri yorumlarda bulunmuşlardır.

Gerçek karşıtı akıl yürütme bilinçli bir düşünce şekli olsa da bazen insanlar isteseler de bu düşünceleri engelleyemeyebilirler. Bu durum insanların sürekli olarak geçmişlerindeki olumsuz şeylere odaklanmasına sebep olabilir. Geçmiş hakkında bu tür bir *geviş getirme* depresyona yol açan sebepler arasında bulunmuştur (Lyubomirsky, Caldwell ve Nolen-Hoeksema, 1993). Diğer yandan, bu tür düşünceler kişiye hayatı üzerinde daha fazla kontrol hissi verdiği ve geleceğe daha iyi hazırlanmalarını sağladığı sürece faydalı da olabilirler (Nasco ve Marsh, 1999).

Zihinsel Kestirme Yöntemleri

Daha önce de belirttiğimiz gibi, uyuşan çıkarsamalar kuramı ve birlikte değişim modeli insanları akılcı yaratıklar olarak görür. Bu düşünceye karşı olarak atıflarda düştüğümüz yanılgılarla ilgili bölümde insanların akılcı olmayan birçok düşünceye sahip olabileceğini belirttik: Ancak insanların akılcı olmayan düşüncelere sahip olmaları onların sosyal yargılarında akılcı olmaya çalışmadığı anlamına gelmez. Bununla beraber, insanların olaylar veya davranışlarla ilgili 'akılcı' açıklamalar bulmak için sistematik gözlemlerde bulunduğunu söylemek de pek mümkün değildir. Örneğin, yabancı markalı giysiler her zaman daha kalitelidir; pahalı lokantalarda yemekler daha iyi ve hijyenik şartlarda hazırlanır gibi düşünceler uzun ve sistematik gözlemler sonucu oluşmamışlardır; ancak, birçok insanın inandığı ve kararlar verirken başvurduğu düşüncelerdir.

İnsanlar olayların ve davranışların nedenlerini ararken, kendilerine zaman kazandıracak *zihinsel kestirme yöntemlere* başvurur. Ancak zihinsel kestirme yöntemlerden

bahsetmeden önce bu yöntemlerin ardında yatan bilişsel süreçlere değinmekte fayda vardır.

Bölümün başında sosyal algıdan bahsederken söz ettiğimiz gibi, sosyal algının ortaya çıkmasına yol açan bir diğer önemli süreç de otomatik süreçlerdir. Otomatik süreçler nesneleri, düşünceleri ve olayları kategorilere ayırmamızı sağladığı gibi, bunlarla ilgili teoriler üretmemize de yardımcı olur.

Kontrollü süreçler, niyet ve kişinin iradeli kontrol, çaba ve farkındalığını gerektiren süreçlerdir. Örneğin; kalabalık bir otobanda önümüzdeki arabayı sollama kararı almamız bu tür süreçlerdendir.

Otomatik süreçler ise, niyet, çaba ve farkındalık olmaksızın oluşan süreçlerdir ve o anda yer almakta olan diğer bilişsel süreçlere müdahale etmezler. Araba kullanırken vites değiştirmek otomatik süreçlere örnek verilebilir.

Otomatik süreçler sonucu oluşan kategorilere şema (schema) denir. *Şemalar*, bir nesne ya da düşünce hakkında zihnimizde oluşturduğumuz düzenli bilgiler bütünüdür. Bu bilgiler deneyimler sonucunda oluşur ve nedensel ilişkiler içerir.

Senaryolar: Sık gerçekleşen olaylar hakkında oluşturduğumuz şemalardır. Örneğin, herkesin restoranda yemek yemek ile ilgili bir senaryosu vardır. Dolayısı ile bir restorana gittiğimizde önce sipariş vermemiz gerektiğini ve yemeğimizi beklememiz gerektiğini biliriz.

Kalıp yargılar: Etrafımızdaki insanlarla ilgili sahip olduğumuz şemalardır. Örneğin, bir yönetici yaşlı insanların unutkan ve yavaş olduğu kalıp yargısına sahipse, belli bir yaşın üstündeki insanların iş başvurularını değerlendirirken bu kalıp yargısının etkisinde kalacaktır (kalıp yargılara ve kalıp yargıların bir sonucu olan ayrımcılığa ilerleyen bölümlerde tekrar değineceğiz).

Benlik kavramı: Kişilerin kendileriyle ilgili sahip olduğu şemalardır. Örneğin, yardımsever olma özelliği benlik kavramımızın bir parçasıysa, yardıma ihtiyacı olan bir kişiyle karşılaştığımızda hemen yardıma koşarız (bu kavramdan Benlik Bölümü'nde etraflıca bahsedeceğiz).

Örneğin, dersini aldığı bir psikoloji profesörünü gözlemleyen bir öğrenci bu profesör ile ilgili edindiği gözlemleri "psikoloji profesörü" şeması altında toplar. Bu öğrenci daha sonra bir profesör ile karşılaştığında, bu oluşturduğu şemadan yola çıkarak çıkarımlarda bulunur.

Şemalar deneyimlerimiz sonucu birikimsel olarak oluşabileceği gibi, bazı özel durumlar veya uyaranlar karşısında da etkinleşebilir. Bu duruma, *hazırlama (priming)* denir ve otomatik süreçlerin güzel bir örneğidir, çünkü hazırlamanın etkisi bilinçdışında ve kontrolsüz olarak kendini gösterir. Yukarıdaki örnekte bahsettiğimiz psikoloji profesörünün beyaz bir sakalı olduğunu düşünelim. Bu profesörü gözlemleyen

öğrenci, beyaz sakalı olan bir başka kişi ile karşılaştığında farkında olmadan profesörü hakkındaki şeması etkinleşecektir.

Sahip olduğumuz şemalar ve hazırlama, zaman zaman davranışlarımızı da şekillendirir. Örneğin, yukarıdaki örneğe geri dönecek olursak, beyaz sakallı bir kişiyi profesör zanneden öğrenci bu kişiye kendi profesörüne davrandığı gibi saygılı davranacak, "siz" diye hitap edecek ve belki koridorda karşılaştığında kendisine kapıyı açacaktır.

Otomatik süreçler sonucu ortaya çıkan zihinsel kestirme yöntemlere geri dönecek olursak Tversky ve Kahneman (1974), bir neden ararken kullandığımız basit ve yaklaşık kural veya kestirme stratejilere *zihinsel kestirme yöntemler (heuristic)* adını vermiştir. Bu kestirme yöntemler çok az miktarda düşünme gerektirir ve insanların kestirmeden, yargılarına varmalarını sağlar. Yani, insanlar dikkatli muhakeme ve değerlendirme yapmaya uğraşmak yerine bazı ipuçları kullanarak bazı sonuçlara ulaşırlar. Bu esnada, konuyla ilgili etraflarındaki birçok bilgiyi göz ardı etme olasılıkları da artar. Şimdi, yaygın zihinsel kestirme yollarını beraber tartışalım.

a) Temsile dayanan zihinsel kestirme yöntemleri

Temsile dayanan zihinsel kestirme yöntemleri (representativeness heuristics) kullandığımızda, bir kişinin hangi gruba ait olduğuna, onun o kategorinin ortalama veya tipik bir üyesine ne kadar benzediğine, yani o grubu ne kadar iyi temsil ettiğine bakarak karar veririz (Kahneman ve Tversky, 1973). Üniversitenizde kim olduğunu bilmediğiniz genç görünümlü ve üzerinde kot pantolon, t-shirt ve spor ayakkabılarla dolaşan bir kişiyi fakültenizde öğretim üyesi olarak mı, yoksa öğrenci olarak mı tahmin etme olasılığınız daha yüksektir? Genelde takım elbise ve kravat giyen hocalarınıza benzemeyen bu kişiyi bir öğrenci sanmanız, onu aykırı giyinen bir hoca sanmanızdan daha kolay olacaktır.

Temsile dayanan kestirme yöntemler, bir kişinin hangi kategoriye ait olduğuna hemen karar vermemizi sağlar. Eğer bir kişi belli özelliklere sahipse, o özelliklerin hangi kategoriye ait olduğunu düşünüp, o kişinin o kategorinin bir üyesi olması gerektiğine karar veririz. Temsile dayanan kestirme yöntemler sadece kişilerle ilgili olarak kullanılmaz. Örneğin, satın alacağımız herhangi bir şeyle ilgili olarak da bu kestirme yola başvurabiliriz. Kaliteli malların pahalı olduğu inancı bizi, pahalı bir şey gördüğümüzde onun iyi olduğu çıkarımına götürür. Temsile dayanan kestirme yöntemleri kullanarak varacağımız yargılar doğal olarak davranışımızı da etkiler. Kılık kıyafet ve davranışlarından öğrenci olduğunu çıkardığımız kişiye bir hocaya davrandığımızdan farklı davranacağımız gibi, yüksek fiyatına dayanarak kaliteli olduğunu düşündüğümüz malı alma olasılığımız da artacaktır.

Bazı durumda insanlar, temsile dayanan kestirme yöntemini gereğinden fazla kullanırlar. Örneğin, Amerika'da gördüğümüz birinin Türk olduğu fikrine kapılabiliriz. Bu düşüncemiz, Türklerde sıklıkla görülen fiziksel özelliklere ya da İngilizceyi Türk

aksanına benzettiğimiz bir aksanla konuşuyor olmasından kaynaklanıyor olabilir. Ancak, Amerika'da bir şehirde, o şehirden ya da en azından o ülkeden daha fazla insan olması ihtimalinin daha kuvvetli olduğunu ve orada bir Türk görme ihtimalimizin Amerikalı görmemiz ihtimalinden daha düşük olduğunu göz önünde bulundurursak, bu kestirme yöntemin bizi doğru sonuca ulaştırma ihtimali düşüktür. Temel oran bilgisi, bir toplumdaki farklı kategorilerin üyelerinin göreceli sıklığı hakkındaki bilgidir. İnsanlar temel oran bilgisini tamamen göz ardı etmemekle beraber, yeterince de kullanmamakta, kişisel görüntüye daha fazla önem vermektedirler.

b) Tutumlara dayanan zihinsel kestirme yöntemleri

Tutum, bireylerin bir psikolojik obje ile ilgili olumlu (bu gazeteyi seviyorum) ya da olumsuz (bu gazete kötüdür) düşünce ve duyguları içeren yaklaşımlardır (bkz. 5. bölüm). Örneğin, üniversitede okumak, iyi bir işte çalışmak, başkalarına yardım etmek vb. kavramlara karşı çoğumuz olumlu bir tutum sergilerken; güçsüzleri ezmek, yalan söylemek, dedikodu yapmakla ilgili birçoğumuzun tutumu olumsuzdur. Tutumlarımız birçok zaman davranışlarımıza yol açar. Tutumlarımız, objeleri, tercih edilen veya edilmeyen gruplara ayırmamızı sağlar. Tercih edilen gruplara insanlar daha sıcak bakar, onlara daha kolay yaklaşır ve onları koruyup, överler. Tercih edilmeyen grupları ise reddeder, yok sayar ve suçlarlar. Örneğin, başbakanı sevmiyorsanız (ona karşı tutumunuz olumsuzsa), hükümetin başarısızlığını veya ülkenin kötü durumunu o başbakanın politikalarının başarısızlığına bağlayabilirsiniz (onu tercih edilmeyen 'kötü politikacılar' kategorisine sokabilirsiniz).

Yaygınlık yanılgısı, bizimle herhangi bir konuda aynı düşüncede olan insanların oranının abartılmasıdır. 'Eğer ben böyle düşünüyorsam, mutlaka başka insanlar da öyle düşünüyordur' inancıdır. Herkesin bizim düşüncemizde uzlaştığı sanısıdır. Ross, Greene ve House (1977) bir üniversite kampüsünde öğrencilere 'Joe'nun yerinde yiyin' baskılı bir tişört giyip giymeyeceklerini sordular. Giymeyi kabul edeceğini söyleyenlerin başka birçok insanın da kabul edeceğini düşündüğü ortaya çıkmıştır. Tişörtü giymeyi kabul etmeyeceğini söyleyen öğrencilerin de başka birçok öğrencinin bunu kabul etmeyeceğini düşündüğü görüldü. Bir başka deyişle, başkalarının bizim sevdiğimiz şeyleri seveceğini, hatta bizim yapmayı tercih edeceğimiz şeyleri yapacağını düşünüyoruz.

c) Ulaşılabilirliğe dayanan zihinsel kestirme yöntemleri

Diyelim ki, bir arkadaşınız size yeni bir araba almak istediğini ve Volkswagen'ın X modelini düşündüğünü söyledi. Fakat siz, bu öneriye şiddetle karşı çıktınız, çünkü son iki ay içinde bir arkadaşınızdan bu arabayla kaza yaptığını ve başka bir tanıdığınızdan da bu arabanın, yeni almış olduğu halde, çok büyük masraf çıkardığını duydunuz. Böyle bir durumda, büyük olasılıkla arkadaşınızı bu modeli almaması yönünde ikna etmeye çalışırsınız. Bu çabanın sizin etrafınızda duyduğunuz ve belleğinizde yer

etmiş sınırlı bilgilere dayanması kaçınılmazdır. Bu örnekte olduğu gibi, bir karar verirken ya da bir çıkarımda bulunurken (Volkswagen'ın X modeli güvenilir değildir), en çabuk aklımıza gelen, belleğimizde en hızlı ulaşılabilir olan bilgilerden yararlanırız. Tversky ve Kahneman (1973) buna *ulaşılabilirliğe dayanan zihinsel kestirme yöntem (availability heuristic)* adını vermişlerdir. Bu kestirme yöntemi kullanırken önemli olan, aklımıza gelme çabukluğudur.

Ulaşılabilirliğe dayanan kestirme yöntemler, "Bundan ne kadar var?", "Bir olay ne kadar sık meydana geliyor?", "En çok kim bize yardım ediyor" gibi soruları yanıtlamamıza yardım ederler. Bazen, belleğimizde hemen ulaşabildiğimiz bilgiler doğru olurken, bazen de yanlış olabilir. Yukarıdaki örnekte bahsedilen X model araba hakkında sahip olduğumuz olumsuz bilgiler, daha önce aynı model hakkında edinmiş olduğumuz olumlu bilgileri öylesine perde arkasına itmiş olabilir ki, belleğimizde o bilgilere ulaşmak çok zorlaşabilir. Bu durumda ulaşılabilirliğe dayanan kestirme yöntem bizi yanıltabilir.

Tutuma dayanan kestirme yöntemler başlığı altında bahsettiğimiz yaygınlık yanılgısı da, ulaşılabilirliğe dayanan kestirme yöntem ile açıklanabilir. İnsanlar kendileriyle ilgili bilgilere belleklerinde daha çabuk ulaşabilirler. Bu yüzden, başkalarının da, bizim belleğimizde kolayca ulaşabildiğimiz düşüncelere sahip olduğunu varsaymak çok daha basittir.

Ulaşılabilirliğin iki çeşidi vardır. İlki, bazı şemaların geçmiş özyaşantılardan dolayı sürekli ulaşılabilir olmasıyla ilgilidir. Ilık bir havada sokakta yürürken bir köşede üşüdüğü için üstündeki gömleği çekiştiren ve titreyen birini gördüğünüzü düşünün. Eğer ailenizde yakın zamanda zatürre geçirmiş biri varsa bu hastalığa yakalanmış birinin tipik davranışları zihninizde çok ulaşılabilir bir yerde olacaktır ve sokaktaki adamın davranışlarını zatürre hastalığı ile açıklama ihtimaliniz yüksek olacaktır.

İkincisi ise, bazı ayırıcı özelliklerin geçici olarak zihninizde rastgele sebeplerden ötürü ulaşılabilir olmasıdır. Bir olayla karşılaşmadan hemen önce ne yapıyor olduğumuz, zihnimizde bazı ayırıcı özellikleri ulaşılabilir kılar ve karşılaştığımız olayı o yönde yorumlamamıza sebep olur. Yolda yürürken titreyen adamı görmeden önce son zamanlarda okuduğunuz, psikiyatrik hastanede geçen bir romanı düşünüyorsanız, adamın davranışlarını akıl hastası olmasına bağlayabilirsiniz. Benzer şekilde, o adamı görmeden önce yolun karşı tarafında hastaneye giren birilerini gördüyseniz, üşüyen adamın da hasta olduğunu düşünme olasılığınız artar. Bu örnekler, son zamanlarda olan tecrübelerin bir şema, ayırıcı özellik ya da kavramın ulaşılabilirliğini arttırmasını yani ipucu vermeyi, hazırlamayı örneklemektedir.

d) "Dayanak ve Adaptasyon" zihinsel kestirme yöntemleri

Bir sayı ya da değerin başlangıç noktası olarak kullanılıp daha sonra duruma uyarlanmasına *dayanak ve adaptasyon kestirme yöntemi (anchoring and adjustment heuristic)* denir. Bu yöntem, dayanak noktası konuyu iyi temsil ettiği durumlarda iyi bir

stratejidir. Örneğin, bir savcı tecavüzle suçlanan bir sanığa ne kadar ceza vermesi gerektiği konusunda, çok güvendiği kendisinden daha tecrübeli bir savcıya danışıp onun önerdiklerinden esinleniyorsa, bu çıkış noktası mantıklı ve makuldür. Ancak araştırmalar rastgele sayıların da insanların kararlarını etkileyebildiğini göstermiştir. Tversky ve Kahneman (1974), bir çarkıfelek çevirmişler ve deneklere gelen numaranın Birleşmiş Milletler'deki Afrikalı ulusların sayısından fazla olup olmadığını sormuşlardır. Çarkıfelek daha yüksek rakamlar üzerinde durduğunda, insanlar Birleşmiş Milletler'de daha fazla Afrikalı ulus olduğu tahmininde bulunmuşlardır. Benzer dayanak etkileri başka çalışmalarda da bulunmuştur.

Dayanak ve adaptasyon kestirme yöntemi bazen kendi tecrübelerimizden genellemeler yaparken de kendini gösterir. Arkadaşlarınızın çok beğendiği ve sürekli bahsettiği bir restorana siz gittiğinizde, siparişleriniz geç ve soğuk geldiyse, garson size kaba davrandıysa, bu durum sizin o restoranla ilgili fikrinizi etkiler, bu durumun belki bir kereye mahsus olduğunu bilmenize rağmen. Bunun gibi durumlarda yanlı bilgiden genel bilgiye yaptığımız genellemelere *yanlı örnekleme* denir (Anderson ve Lindsay, 1998).

Zihinsel Kestirme Yöntemlerini Daha Çok Ne Zaman Kullanırız?

Hangi koşullarda düşünüp akılcı kararlar vermek yerine, zihinsel kestirme yöntemlerini kullanıyoruz? Belli bir konuda dikkatli düşünmeye zamanımız olmadığında, bir konuyla ilgili dikkate alabileceğimizden çok daha fazla bilgi olduğunda, söz konusu olan konu bizim için çok önemli olmadığı için fazla düşünmek istemediğimiz zamanlarda zihinsel kestirme yöntemleri kullanma olasılığımız artar. Bir konu hakkında fazla bilgimiz yoksa ve yine de bu konuda karar vermemiz gerekiyorsa veya içinde bulunduğumuz durum belli bir kestirme yöntemini bize hemen çağrıştırıyorsa, yine kestirme yöntemleri kullanmak kolaylaşır.

Unutmamamız gereken bir diğer nokta ise kestirme yöntemleri kullandığımız bir başka alanın *önyargı*lar olduğudur. Kestirme yöntemler sonucu otomatik olarak elde ettiğimiz bilgiler bir grup kişiye dair önyargılarımızı oluşturur. Zaman zaman çok önemli sonuçlar doğurabilen önyargılardan ileriki bölümlerde detaylı olarak bahsedeceğiz.

BÖLÜM 5

TUTUMLAR VE TUTUM DEĞİŞİMİNE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Günlük hayatta sık sık kullandığımız "tutum" sözcüğünü bu bölümde sosyal psikolojik açıdan etraflıca inceleyeceğiz. Bu kavramın önemini, sosyal davranışla ilişkisini, nasıl meydana geldiğini ve nasıl değiştiğini anlamaya çalışacağız.

Bu çabamıza bazı sık rastlanan tutumlara örnekler vererek başlayalım. Ahmet X Partisine oy verdiği halde kardeşi Ayşe niçin Y Partisine oy vermektedir? Mehmet ömründe hiç bir Arap ile tanışmadığı halde nedense Arapları sevmez; buna karşılık, hiç Pakistanlıyla da tanışmamıştır ama Pakistanlıları sever; bu sevme-sevmeme nasıl ortaya çıkmıştır? Aynı ilçede oturan Ali kızını liseye yollarken Veli kızını Kuran kursuna yollamaktadır, neden? Hep A marka sabun kullanan Zeynep, televizyonda bir sinema artistinin B marka sabun reklamını seyrettikten sonra bu marka sabunu almaya başlamış ve onun A marka sabundan daha iyi olduğuna inanmıştır, niçin? Önceleri Toyota, Opel ve Renault otomobilleri arasında bir türlü tercih yapamayan Özgür bunlardan birini aldıktan sonra, onun diğerlerinden çok daha iyi bir otomobil olduğuna neden kesinlikle kanaat getirir?

Bu örneklerin hepsinde tutumlardan söz edilmekte, çoğunda tutum, davranışa dönüşmekte, bazılarında da tutum değişimi görülmektedir.

Tutum Nedir?

Tutumlar uzun yıllardır sosyal psikolojinin ana konularından birini oluşturmuştur. Bunun nedeni hem sosyal algımızı hem de davranışlarımızı etkilemeleridir. Peki, tutumlar tam olarak nedir, nasıl tanımlanabilir? Birçok sosyal psikoloğun farklı kuramsal yaklaşımlardan hareket ederek tutumları farklı şekillerde kavramlaştırdıklarını görüyoruz. Bunları teker teker ele almak gereksizdir. Bunun yerine artık klasikleşmiş olan bir tanımı inceleyelim: "Tutum, bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje

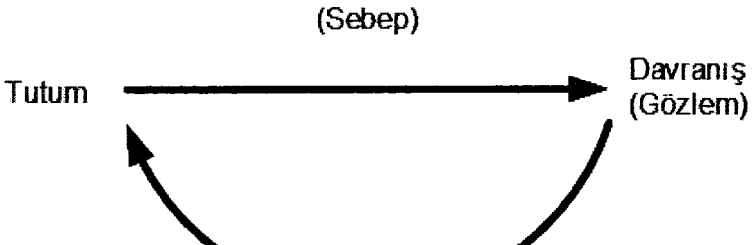
ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir" (Smith, 1968). Bu psikolojik eğilim objeye karşı olumlu ya da olumsuz yaklaşma şeklinde ortaya çıkar.

Şimdi, bu tanımı çözümlemeye çalışalım:

En başta, tutumun bir *birey*e ait olduğunu görüyoruz. Tutum kavramının sosyal psikolojide gelişiminin başlarında, kamusal tutumlar bireysel tutumlardan ayırt edilmişse de (Allport, 1954) bugün için böyle bir ayırım yapılmamakta ve tutumlar bireysel olarak ele alınıp ölçülmektedir. Ancak örneğin, survey gibi yöntemler kullanılarak çok sayıda bireyin tutumları ölçüldüğünde grup tutumlarından söz edilebilir ya da çeşitli gruplar tutumları bakımından birbirleriyle karşılaştırılabilir.

Tanımın üçüncü ve son sözcükleri birbiriyle ilişkili olarak önemlidir. Bunlara göre, tutum bir *bireye atfedilen bir eğilim*dir. Yani, tutumun doğrudan gözlenebilen bir özellik olmadığını, ancak bireyin gözlenebilen davranışlarından çıkarsama yapılarak o bireye atfedilen bir eğilim olduğunu görüyoruz. Demek ki tutum; gözlenebilen, ortaya konan bir davranış değil, davranışa hazırlayıcı bir eğilimdir. Örneğin, ihtiyacı olduğu halde karısının ve kızının çalışmasına izin vermeyen Ahmet'in, bu davranışından, kadınların çalışmasına karşı olumsuz bir tutumu olduğuna ya da kadınlarla ilgili olarak genellikle tutucu bir tutuma sahip olduğuna karar verebiliriz. Tutuculuk (tutum) gözle görülmez; fakat gözle görülebilen bazı davranışlara yol açtığından, bu davranışların gözlenmesi sonucu, bu tutumun var olduğu öne sürülebilir. Basit bir şema ile gösterecek olursak:

Şekil 5.1
Basit Tutum-Davranış İlişkisi



Şekil 5.1'de de görüldüğü gibi, gözlenen bir davranış, bir tutuma atfedilir. Örneğin, 'Ahmet karısını ve kızını çalıştırmaz, çünkü çok tutucudur' gibi.

Tanımımızda geçen bir diğer önemli kavram *psikolojik obje*dir. Bu terim, birey için bir anlam taşıyan, bireyin farkında olduğu herhangi bir obje demektir. Örneğin, Ali'nin üstünde çalıştığı masa, Ali için hiçbir anlamı olmayan bir fiziksel nesnedir. Ali, o masada çalışırken, masanın farkında bile değildir. Hâlbuki Mehmet'in çalışma masası, ona babasından yadigâr kalmıştır, Mehmet için çok özel bir değeri vardır. Mehmet o masayı çok sever, arada bir cilalar, vb. gibi. Bu durumda, Mehmet'in masası, onun, hakkında olumlu tutum geliştirmiş olduğu bir psikolojik objedir. Ali'nin masası ise, Ali için bir psikolojik obje değildir. Demek ki, herhangi bir şey bir kişi için bir tutum objesi olup, başka bir kişi için olmayabilir.

Ayrıca, herhangi bir obje, nitelik değiştirerek zamanla bir kimse için psikolojik bir obje haline gelebilir. Gene masa örneğini ele alacak olursak, Ali kendi eski masasının aynısını bir antikacı dükkânının vitrininde üstünde çok pahalı bir fiyat etiketiyle görürse, birdenbire farkında bile olmadığı eski masasına karşı olumlu bir tutum geliştirebilir; böylece masası, Ali için psikolojik bir obje olur.

Bir birey için her şey psikolojik obje olabilir, örneğin, sevdiği kimseler, nefret ettiği kimseler, yeni taşınan komşu, oturduğu ev, milliyetçilik, aile planlaması, hızlı nüfus artışı, iş arkadaşları, vb. gibi. Bunlara ve etrafındaki başka pek çok şeye karşı bireyin belirli tutumları olabilir.

Tanımımızı çözümlemeye devam edecek olursak, tanımda ayrıca *düşünce, duygu ve davranışların düzenliliği* söz konusu olmaktadır. Demek ki, bir tutumun meydana getirdiği sadece bir davranış eğilimi ya da sadece bir duygu değil, düşünce-duygu-davranış eğilimi bütünleşmesidir. Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi, tutum denince akla düşünce, duygu ve davranış eğilimi üçlüsü gelir. Bu üçlü aynı zamanda tutumun öğeleri olarak incelenmiştir. Şimdi bu üç öğeyi beraber inceleyelim.

Tutumun Öğeleri

Kadınların çalışması konusunda tutucu bir tutuma sahip olan Ahmet örneğini tekrar ele alalım. Bu tutum, Ahmet'in konuyla ilgili düşünce, duygu ve davranış eğilimlerini nasıl etkileyip düzenleyecektir?

Düşünce ile ilgili olarak; Ahmet, kadınların çalışmasının çocuklarını ihmal etmelerine, aile huzursuzluğuna, vb. sonuçlara yol açacağını düşünebilir. Bunlar genel tutumuyla ilgili çeşitli bilişler ya da düşüncelerdir. Bunlar ve bunlara benzer tüm bilgi ve görüşler, söz konusu tutumun bilişsel öğesini oluşturur.

Duygu ile ilgili olarak; Ahmet, karısının çalışmasını düşündüğü zaman rahatsız olabilir, sinirlenebilir, bunu istemeyebilir. Bu olumsuz duygular, incelediğimiz tutumun duygusal öğesini oluşturmaktadır.

Davranış ile ilgili olarak; Ahmet, çalışmak isteyen karısıyla kavga etmeye yönelebilir. Aynı şekilde kızının çalışmasına izin vermek istemez, arkadaşı Mehmet'e de karısını çalıştırmamasını öğütleme eğilimindedir. Bunlar ise tutumun davranışsal öğesini oluşturur. Bu tür davranış eğilimleri arttıkça, tutumun gerçekten davranışa yol açması olasılığı da artar.

Bu örneklerde ortaya çıkan durumu şöyle açıklayabiliriz: bir tutum, bireyin düşünce, duygu ve davranış eğilimlerini birbirleriyle uyumlu kılar. Tutumlarda genellikle birbirleriyle uyum halinde bulunan bu üç faktöre tutumların öğeleri diyoruz. Bilişsel, duygusal ve davranışsal öğelerin hepsi, yerleşmiş ve güçlü tutumlarda tam olarak bulunur. Bazı daha zayıf tutumlarda ise özellikle davranışsal öğe çok zayıf olabilir.

Birbirinden farklı öğelere sahip olduğuna göre, tam gelişmiş bir tutum yalın değil, karmaşıktır. Bu öğeler, bir tutumu kendi içinde tutarlılığı olan bir sistem haline sokar. Başka bir deyişle, tutum, bireyi davranışa hazırlayıcı karmaşık bir eğilimdir. Böylece, bireyin çevresindeki çeşitli objelere karşı beslediği duyguları, o objeler hakkındaki fikirleri, bilgileri ve o objelere karşı davranışları devamlılık ve düzenlilik gösterir.

Tutumlar hakkındaki bu bilgileri şu şekilde özetleyebiliriz: Tutumlar, kendileri gözlenemeyen, fakat gözlenebilen bazı davranışlara yol açtığı varsayılan bazı eğilimlerdir. Böylece, olayları incelemede *ara değişken* olarak kullanılabilirler.

Ara değişken (intervening variable), kendisi fiziksel olarak gözlemlenemeyen; ancak somut olarak gözlemlenebilen diğer değişkenler arasındaki ilişkileri açıklamak için kullanılan varsayımsal bir iç durumdur. Diğer bir deyişle; kişinin karşılaştığı uyarıcı ve verdiği tepki arasındaki gözlemlenemeyen olay ve/veya süreçtir. Yorgunluk, can sıkıntısı vb. süreçler ara değişkene örnek olarak gösterilebilir.

Tutumların her bir öğesinin bazı gözlenebilen ve ölçülebilen tepkilere yol açtığı ve bunların gözlemi sonucu bu öğelerin de varsayıldığını düşünürsek, öğeler de ara değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Tutumların bu niteliğini özetleyerek bir şekil ile gösterelim (bkz. Şekil 5.2).

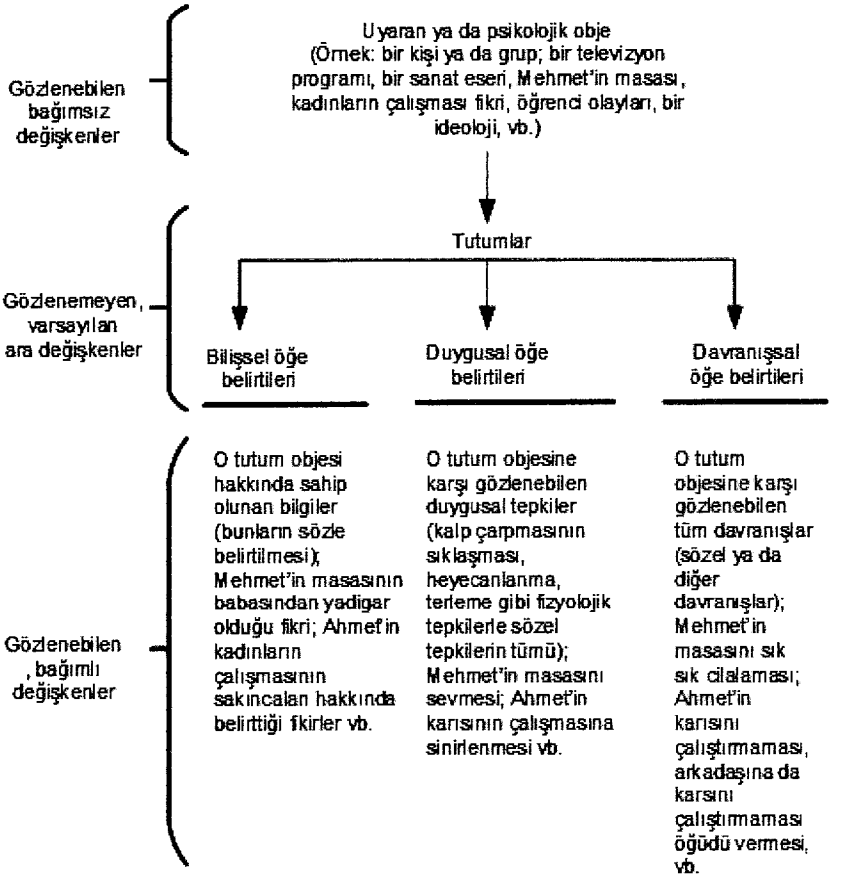
Bununla birlikte, tutumların düşünce, duygu ve davranış eğilimi öğelerinden oluştuğu tezi sorgulanmıştır (Fazio, 1990; Tesser ve Shaffer, 1990) ve bazı araştırmalarda, bir tutumun var olabilmesi için bu öğelerin hepsinin birden var olması gerekmediği ortaya konulmuştur (Eagly ve Chaiken, 1993). Örneğin, televizyonda reklamını gördüğümüz bir ürünle ilgili olarak olumlu bir tutum geliştirebiliriz; ancak o ürün hakkında herhangi bir davranışa yönelmeyebiliriz.

Tutumlarla ilgili bu yeni kavramlaştırmalar, tutumun tanımının da yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Son yıllardaki tutum tanımlarına bir göz gezdirelim:

- "Tutum, bireylerin, farkında oldukları bir nesne ile ilgili değerlendirmelerini içerir" (Pratkanis ve Greenwald, 1989). Burada değerlendirmeden kasıt, tutum objeleriyle ilgili yargılarımızdır, örn. iyi-kötü, olumlu-olumsuz, güzel-çirkin gibi.
- "Tutumlar bir objenin olumlu veya olumsuz değerlendirilmesidir" (Zanna ve Rempel, 1988)
- "Tutumlar çeşitli objelerin bellekte saklı tutulan değerlendirmeleridir" (Judd,

Ryan ve Park, 1991)

Şekil 5.2
Tutum Objesi-Tutum Öğeleri*


Gözlenebilen bağımsız değişkenler
Uyaran ya da psikolojik obje (Örnek: bir kişi ya da grup; bir televizyon programı, bir sanat eseri, Mehmet'in masası, kadınların çalışması fikri, öğrenci olayları, bir ideoloji, vb.)
Gözlenemeyen, varsayılan ara değişkenler
Tutumlar
Bilişsel öğe belirtileri
Duygusal öğe belirtileri
Davranışsal öğe belirtileri
Gözlenebilen, bağımlı değişkenler
O tutum objesi hakkında sahip olunan bilgiler (bunların sözle belirtilmesi); Mehmet'in masasının babasından yadigar olduğu fikri; Ahmet'in kadınların çalışmasının sakıncaları hakkında belirttiği fikirler vb.
O tutum objesine karşı gözlenebilen duygusal tepkiler (kalp çarpmasının sıklaşması, heyecanlanma, terleme gibi fizyolojik tepkilerle sözel tepkilerin tümü); Mehmet'in masasını sevmesi; Ahmet'in karısının çalışmasına sinirlenmesi vb.
O tutum objesine karşı gözlenebilen tüm davranışlar (sözel ya da diğer davranışlar); Mehmet'in masasını sık sık cilalaması; Ahmet'in karısını çalıştırmaması, arkadaşına da karsını çalıştırmaması öğüdü vermesi, vb.

*Tutumların bu tür bir ele alınışını ilk defa *Rosenberg ve Hovland (1960)*'da görüyoruz.

Görüldüğü gibi, bu tanımlarda tutumun düşünce, duygu ve davranışla ilişkisine değinilmemektedir ve bunlar tutumun olmazsa olmaz öğeleri olarak görülmemektedir. Tutumlarla ilgili yeni kavramlaştırmalar, tutumun bir tür *zihinsel değerlendirme* olarak ele alınmasına neden olmuştur. Başka bir deyişle, salt bilişsel bir tanımlama söz konusudur.

Sosyal psikolojideki bu yeni ele alışlara rağmen, tutumların yukarıda belirttiğimiz üç öğeden oluştuğu tezi de halen kabul görmektedir. Bu farklı ele alışları şöyle bağdaştırabiliriz: Bir eğilimin tutum olarak kabul edilebilmesi için asgari şart, bir zihinsel

değerlendirmedir. Ancak kişilerin zaman içinde geliştirdiği yerleşik tutumların çoğu duygu ve davranışa yönelik öğeleri de içerir.

Tutum ve Davranış

Tutumun ne olduğunu ve hangi öğelerden oluştuğunu inceledikten sonra, şimdi de tutumların davranışlarımız üzerinde ne ölçüde etkili olduğuna bakacağız. Tutumlarla davranışlar arasındaki bağın ne kadar kuvvetli olduğunu anlamaya çalışacağız.

Bölümün başında Şekil 5.1'de tutumun davranışa yol açtığını ve davranışın gözlenmesi sonucunda belli bir tutumun var olduğuna dair bir atıf yapıldığını görmüştük. Tutum ile davranış arasında basit bir nedensel ilişki gösteren bu şekli o kısımda, tutumun davranıştan farklı bir şey olduğunu göstermek için yeterli bulmuştuk. Burada ise bu şekli biraz daha geliştireceğiz. Bunun için önce şöyle bir soru soralım: Tutum, tek başına davranışı meydana getirebilir mi? Ya da bir kimsenin bir konuda tutumu biliniyorsa, o konudaki davranışı önceden tahmin edilebilir mi?

Bu soruların hem kuramsal hem de uygulama açısından önemi büyüktür. Çünkü eğer cevabımız olumlu ise, o zaman tutum hakkında bilgi sahibi olmakla bireylerin davranışlarını önceden tahmin etme olasılığı ortaya çıkıyor demektir ki, bu da sosyal bilimlerin uygulama için önemini çok arttırır. Aynı zamanda tutumların ölçülmesinin değeri de ortaya çıkmış olur.

Bazı araştırma sonuçlarını inceleyerek yukarıdaki sorulara cevap vermeye çalışalım. Bu konuda bugün klasik kabul edilen ilk araştırma LaPiere adında bir sosyolog tarafından 1934'de Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılmıştır. O dönemde ABD'de Uzak Doğululara ve özellikle Çinlilere karşı yaygın bir önyargılı ırk ayrımı vardı.

LaPiere, genç bir Çinli karı kocayla 66 otel ve motele ve 184 lokantaya gitti ve her gittikleri yerde kabul edildiler, kendilerine servis yapıldı. Sadece 3'üncü sınıf bir motele kabul edilmediler. Bu ilk deneyden altı ay sonra LaPiere bütün bu gittikleri yerlere mektup yazarak rezervasyon yapmak istediğini, Çinli müşterilerin kabul edilip edilmeyeceğini sordu. Mektupların ancak yarısına cevap geldi. Cevap verenlerin % 92'si Çinlilerin kabul edilemeyeceğini bildirdi. % 8'i kesin bir cevap vermedi, sadece % 1 kadarı olumlu cevap verdi! Burada, açıkça, daha önce gösterilen olumlu davranış ile daha sonra belirtilen olumsuz tutum arasında bir çelişki ortaya çıkmaktadır.

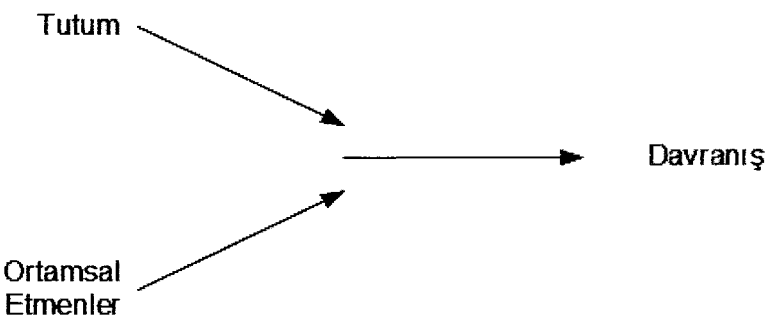
Daha sonra Kutner, Wilkins ve Yarrow (1952) benzer bir çalışmayı bu sefer Çinli yerine zencilerle yaptı ve benzer sonuçlar elde ettiler. Bu araştırmacılar önce beyaz ve zenci karışık bir grupla 11 lokantaya gittiler ve hepsine de kabul edildiler. Daha sonra bu yerlere mektup yazarak zencilerin beyazlarla birlikte müşteri olarak kabul edilip edilemeyeceklerini sordular. Mektuplarına cevap alamadılar, bunun üzerine telefon edip sorduklarında 6 lokantadan red cevabı aldılar, 5 lokanta ise zorlukla kabul etti!

Gene ABD'de ırk ayrımcılığının yaygın olduğu bu dönemde bir başka araştırma da tutum ile davranış uyuşmazlığı bakımından benzer bir sonuç vermiştir. Minard (1952) ABD'nin güneyinde bir kömür ocağında çalışan beyaz ve zenci işçilerle bir

araştırma yapmıştır. Bu araştırmada, beyaz işçilerin % 60'ının zencilerle kömür ocağında konuştukları, şehirde ise konuşmadıkları görüldü, çünkü kömür ocağında iş kuralları hüküm sürüyordu. Bu kurallara göre işçilerin (zenci veya beyaz) birbirleriyle konuşmaları gerekirdi. Şehirde ise zencilerle beyazların konuşmasını önleyen ayırımcı sosyal normlar söz konusu idi. Beyaz işçilerin % 20'sinin kömür ocağında da, şehirde de zencilerle konuştukları; % 20'sinin ise kömür ocağında da şehirde de zencilerle konuşmadığı saptandı. Bu % 20'lik gruplardan birincisinin zencilere karşı olumlu, ikincisinin ise olumsuz tutumları olduğu ve bu tutumlarına uyan davranışlar gösterdikleri söylenebilir. Ancak % 60'lık çoğunluk için böyle bir yorum yapamayız. Onların zencilerle konuşma konusunda gösterdikleri zıt iki davranışı hangi tutumla açıklayabiliriz?

Bu çeşitli araştırma bulgularının ışığı altında tutumla davranış arasındaki ilişki hakkında ne söyleyebiliriz? Bölümün başında Şekil 5.1'de gösterilen basit nedensel ilişkinin yetersiz kaldığı ortadadır. Bu doğrudan ilişki yerine en azından bir başka etkeni, tutum ile karşılıklı etkileşim halinde ortaya koymak gerekmektedir. Şekil 5.3. bize, tutumun, ortamsal etkenlerle etkileşim halinde davranışı meydana getirdiğini göstermektedir.

Şekil 5.3
Tutum-Ortam-Davranış İlişkisi



LaPiere (1934) ve Kutner, Wilkins ve Yarrow (1952) araştırmalarında, tutumun mektup ya da telefonda belirtildiğini; davranışın ise yüz yüze bulunma ortamında ortaya çıktığını gördük. Kuşkusuz, tanımadığımız birisini mektup hatta telefonla reddetmek ya da onun mektubuna cevap vermemek, onu, karşı karşıya bulunduğumuz zaman reddetmekten daha kolaydır. Aynı şekilde, bir ankete cevap vermek, belirli bir sayıda çocuk sahibi olabilmek için aile planlaması uygulamaktan çok daha kolaydır. Demek ki, ortam, davranışı belirlemede tutumdan daha etkili olabiliyor. Ancak çok güçlü tutumlar ortamsal engelleri aşıp her durumda aynı davranışa yol açabilir, Minard (1952) araştırmasındaki beyaz işçilerin % 20'lik gruplarında görüldüğü gibi.

Tutum-davranış tutarsızlığını ortaya çıkaran araştırmalardan sonra, çok sayıda sosyal psikolog, tutumların neden her zaman davranışları belirleyemediği üzerine araştırma yapmıştır ve hangi koşullar altında tutumların davranışları belirleyebileceğine bakmışlardır. Aşağıda bu konuda yapılmış çalışmaları başlıklar altında toplayıp inceleyeceğiz.

a) Tutumların ve davranışların ölçülmesindeki uyumsuzluk

Uzun yıllar, tutumlara dayanarak davranışı öngörme çalışmalarında bir ölçüm sorunu yaşanmıştır. Çok belirli bir davranışı tahmin edebilmek için çok genel tutumlar ölçülmüştür. Örneğin, LaPiere'in (1934) araştırmasında insanlara Çinli müşteriler hakkındaki *genel* tutumları sorulurken, davranış *belirli* bir Çinli çiftin otele ve lokantaya alınıp alınmamasına dayanarak ölçüldü. Bu Çinli çift, çok iyi İngilizce konuşan ve iyi giyimli bir çiftti ve hatta yanlarında bir beyaz Amerikalı ile gelmişlerdi. Burada tutum çok genel, ölçülen davranış ise çok belirlidir. Bazı çalışmalar belirli tutumların ölçülmesinin belirli davranışların öngörülmesinde daha çok işe yaradığını göstermiştir. Bunlardan birine örnek, Newcomb, Rabow ve Hernandez'in (1992) üç farklı ülkede (ABD, İngiltere, İsveç) üniversite öğrencilerinin nükleer savaş ile ilgili tutumlarını ölçtükleri bir çalışmadır. Bu çalışmada, bir yandan savaşın kabul edilemez bir şey olduğu ile ilgili genel tutumlar ölçülürken, diğer yandan da nükleer silahlar, nükleer savaş, nükleer santraller vb. gibi daha belirli konularla ilgili tutumlar ölçülmüştür. Denekler daha sonra nükleer konularla ilgili ne ölçüde aktif çalışmalara, protestolara katıldıklarını belirtmişlerdir. Sonuçlar, nükleer savaş ve nükleer konularla ilgili belirli tutumların, bu konuyla ilgili aktif davranışları tahmin etmede daha başarılı olduğunu göstermiştir. Bir başka çalışmada, McMillan ve Conner (2003) dört tane yasadışı ilacın kullanımı ile ilgili tutumları ölçmüşlerdir. Tutumların ölçülmesinden 6 ay sonra, bu dört ilacın kullanımı ile ilgili belirtilen tutumlar, kişilerin bu ilaçların kullanımı ile ilgili kendi davranışlarını yüksek ölçüde tahmin edebilmiştir. Bu sonuçlar bizi, tutumlarla ilgili araştırma yaparken neyi ölçmek istediğimiz ve ne tür sorular sormamız gerektiği konusunda uyarmalıdır.

b) Zaman faktörü

Davranışların tutumlara dayanarak tahmin edilmesinde rol oynayan başka bir faktör de *zaman*dır. Tutum ile davranışı ölçme arasında geçen zaman ne kadar uzunsa, o kadar çok tutum-davranış ilişkisini etkileyecek değişkenler işin içine girebilir; dolayısıyla tutumla davranış arasında tutarlık gözlenme olasılığı düşer. Bunun en güzel örneğini seçimler sırasında yaşarız. Örneğin, bir seçmenin kime oy vereceği konusunu ele alalım. Seçimlerden bir ay önce yapılan seçim anketlerinin gerçek seçim sonuçlarına benzerliği, seçimlerden bir hafta önce yapılan anketlerin sonuçlara benzerliğinden daha azdır.

c) Tutumun güç derecesi

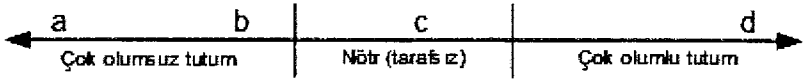
Her tutumun bir (şiddeti) gücü vardır. Bir tutumun gücü, her üç öğesinin (zihinsel, duygusal, davranışsal) gücünün toplamı olarak düşünülebilir. Örneğin, bir konuda Ahmet de Mehmet de olumsuz tutum sahibi oldukları halde, Ahmet'in olumsuz tutumu Mehmet'inkinden daha kuvvetli olabilir. Bunun nedeni, Ahmet'in tutumunun öğelerinin her üçünün ya da bir ikisinin, Mehmet'inkinden daha güçlü olmasıdır. Örneğin, Mehmet de arkadaşı Ahmet gibi kadınların çalışmasına taraftar olmayabilir. Ancak Ahmet'in olumsuz tutumunun her öğesi güçlü olduğu halde, Mehmet'inkinin söz gelimi bilişsel ve duygusal öğeleri biraz daha az güçlü, davranışsal öğesi ise çok zayıf olabilir. Şöyle ki, Mehmet, genellikle kadınların çalışmasının pek iyi bir şey olmadığını düşünmekte ve karısının çalışmasını pek istememekteyse de, mâli güçlükten kurtulmak için buna razı olabilir.

Bir başka örnek: Aynı partiye oy veren Ali ile Veli'nin olumlu tutumlarının oy verme ile ilgili davranışsal öğesi aynı derecede güçlüdür. Fakat Ali, partisini çok daha fazla sevmekte, ona bağlılık duymaktadır, yani tutumunun duygusal öğesi de güçlüdür. Veli'de ise böyle bir bağlılık söz konusu olmayabilir. O, sadece bu partiyi bir diğerinden biraz daha iyi bulduğu için ona oy vermektedir; yani duygusal öğe zayıftır. Buna karşılık Ali ve Veli'nin olumlu tutumlarının bilişsel öğesi benzer güçte olabilir, şöyle ki, her ikisi de bu partinin programının geçerli olduğunu düşünebilir.

Bu örneklerden de görüldüğü gibi, hem tutumlar, hem de öğeleri, güç bakımından farklılıklar gösterirler. Genellikle yerleşmiş, köklü tutumların hem bir bütün olarak gücü, hem de tek tek öğelerinin gücü yüksek olur.

Genellikle aşırı tutumların aynı zamanda güçlü de olduğunu görüyoruz. Herhangi bir objeye karşı söz konusu olabilecek tutumları, aşırı olumsuzdan aşırı olumluya uzanan genel bir tutum boyutu üzerinde düşünebiliriz.

Şekil 5.4
Tutumların Olumlu/Olumsuzluğu ve Gücü



Örneğin, Şekil 5.4, nükleer enerji ile ilgili tutum boyutunu simgeleyebilir. Bu boyut üzerinde tutumu a noktasında bulunan bir kimsenin, tutumu b noktasında olan bir diğer kimseden daha aşırı olumsuz bir tutumu var demektir; d tutumunun da, c tutumundan daha kuvvetli ve yerleşmiş olduğunu, her üç öğesinin de daha güçlü olduğunu söyleyebiliriz. Aynı şekilde a tutumu da b den *olumsuz yönde* daha aşırıdır, dolayısıyla da daha güçlüdür.

Güçlü tutumlar, davranışın tahmin edilmesinde daha belirleyicidir. Ama burada ilk olarak soracağımız soru şudur: Bir tutumu *güçlü* kılan nedir?

Yapılan araştırmalar, bir tutum objesi hakkında *bilgi sahibi olmanın*, o objeyle ilgili tutumların güçlenmesine neden olduğunu göstermektedir. Kallgren ve Wood (1986) bir araştırmada, deneklere önce çevre konuları hakkındaki bilgi ve tutumlarıyla ilgili sorular sordular, daha sonra da çevre yararına çalışmalara katılmalarını istediler. Çevre konuları hakkında çok bilgisi olanların ve bu konuda güçlü tutumlara sahip olanların, tutumları ve davranışları arasında, bu konuda fazla bilgi sahibi olmayanlara ve zayıf tutumları olanlara oranla daha yüksek tutarlılık buldular.

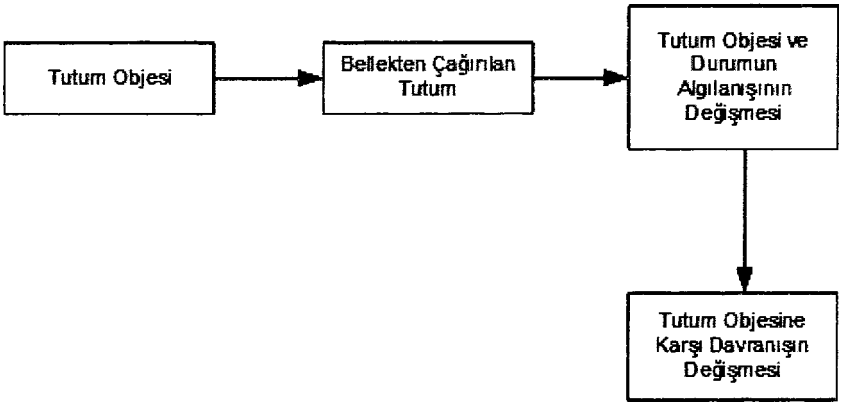
Tutumun gücünü etkileyen bir başka faktör de, kişinin *tutum objesiyle olan ilişkisidir*. Bazı konular kişileri çok fazla ilgilendirmezken, diğerleri çok fazla önem taşıyabilir. Örneğin, üniversitelerde yıllık harçların artması bir esnafı çok fazla ilgilendirmezken (üniversitede okuyan çocuğu yoksa), bir üniversite öğrencisi için büyük önem taşıyabilir; bu da öğrencinin bu konudaki tutumunun güçlü olmasına yol açar. Demek ki tutum objesi (harçlar) ile doğrudan ilgili olmak, o objeyle ilgili tutumun (olumlu veya olumsuz) güçlenmesine neden olur. Sonuç olarak, güçlü tutumlara dayanarak yapılan davranış tahminlerinin daha sağlıklı olacağını söyleyebiliriz.

Daha sonraki bölümlerde de göreceğimiz gibi, güçlü tutumların bir özelliği daha vardır. O da güçlü tutumların değişmesinin zorluğudur. Demek ki bir tutum ne kadar aşırı ve güçlüyse, onu değiştirmek de o derece zordur.

d) Tutumun ulaşılabilirliği

Sosyal Biliş (Sosyal Algı) bölümünde (bkz. Bölüm 4) zihinsel kestirme yöntemlerinden etraflıca bahsetmiştik. Bu yöntemlerden bir tanesi de *ulaşılabilirliğe dayanan zihinsel kestirme yöntemi*dir. Bu kestirme yönteminde önemli olan, bir bilginin aklımıza gelme çabukluğudur.

Şekil 5.5*
Tutumun Ulaşılabilirliği Modeli


Tutum Objesi
Bellekten Çağırılan Tutum
Tutum Objesi ve Durumun Algılanışının Değişmesi
Tutum Objesine Karşı Davranışın Değişmesi

**Kaynak: Baron ve Bryne, 1994.*

Bazı bilgiler diğerlerine göre daha hızlı bellekten çağırılır ve karar, davranış, tepkilerimizde daha çok etkili olur. Benzer bir kavram, tutum ile davranış ilişkisi için de geçerlidir: tutumun ulaşılabilirliği. Bazı tutumlar bellekten daha çabuk çağırılabilir ve böylece daha kolay bilinç düzeyine ulaşır, farkına varılır ve davranışı etkiler. Fazio (1989) tarafından oluşturulan *tutum ulaşılabilirliği modeli*'ne göre, tutumun ulaşılabilirliği, tutum-davranış ilişkisinde anahtar rol oynar. Bu modele göre, ilk önce tutumlar aktif hale getirilir, yani tutum objesinin uyarmasıyla, tutum bellekten çağırılır. Bellekten çağırılan tutum, tutum objesinin içinde bulunduğu durumun algılanışını etkiler. Algılama biçimi de tutum objesine karşı nasıl bir davranışta bulunacağımızı belirler. Bu süreci Şekil 5.5'te görebilirsiniz.

e) Farkındalık

Tutum-davranış ilişkisini etkileyen bir başka faktör de *farkındalık*tır. Farkındalık, kişilerin kendi tutum ve davranışlarının ne ölçüde farkında olduklarını belirtmek için kullanılan bir terimdir. Yapılan araştırmalar, yüksek farkındalığın tutum-davranış ilişkisini güçlendirdiğini göstermektedir.

Sosyal psikoloji literatüründe farkındalığın neden tutum-davranış ilişkisine etki ettiği sorusuna iki cevap verilmektedir. Birinci cevap: Farkındalık, tutumlara ulaşmayı kolaylaştırır; farkındalığımız yüksek olduğunda herhangi bir konudaki tutumumuzun ne olduğunu daha iyi biliriz ve tutumlar belleğe daha kolay çağırılır, dolayısıyla davranışları daha kolay etkiler. İkinci cevap: Bir davranışta bulunmamızı gerektiren durumlarda, o durumla ilgili tutumumuza odaklanırız (dikkat ederiz) ve bu tutumun davranışımıza öncülük etmesine izin veririz. Farkındalığın yüksek olması kısaca şu anlama gelir: "Harekete geçmeden önce, dur ve düşün. Bu konuda neyin doğru olduğuna inanıyorsun, bunu düşün ve inandıklarının doğrultusunda nasıl davranman gerektiğine karar ver". Bir davranışta bulunmadan önce içinden geçilen bu tür bilişsel bir süreç, davranışların çevresel faktörlerden çok tutumlardan etkilenmesine yol açar. Dolayısıyla tutum-davranış ilişkisi güçlenir.

Bu konuda Froming, Walker ve Lopyan'ın (1982) yaptığı bir deneyde farkındalığın önemi ortaya çıkmaktadır. Bu deneyde araştırmacılar, ilk önce bir grup üniversite öğrencisine çocukların fiziksel cezalandırması (dayak) ile ilgili tutumlarını soruyorlar. Daha sonra bu gruptan, fiziksel cezalandırmaya karşı olumsuz tutuma sahip olan, ancak insanların çoğunun bu konuyla ilgili olarak olumlu tutum gösterdiğini söyleyen öğrencileri seçiyorlar. Yani seçilen bu öğrenciler, kendi kişisel görüşlerinin toplumun çoğunluğunun görüşlerinden farklı olduğunu düşünüyorlar. Birkaç hafta sonra, aynı öğrencilerden bir 'öğrenme' araştırması gereği, birisine ceza olarak elektrik şoku vermeleri isteniyor (bkz. Milgram'ın itaat deneyi, Bölüm 3). Öğrencilerin bu kişiye ne kadar elektrik verdiklerini kontrol etmeleri mümkün, bu yüzden bu deneydeki bağımlı değişken verilen şok miktarı. Öğrencilerden bazıları şok verirken küçük bir aynaya bakıyorlar (öz farkındalık grubu), diğerleri küçük bir izleyici grubu önünde, grup onları *ne kadar iyi öğretmenler* oldukları konusunda değerlendirirken şok veriyorlar

(çevre farkındalık grubu), geri kalan grup ise aynaya bakmadan ve bir grup tarafından değerlendirilmeden kendi başlarına şok veriyor (kontrol grubu).

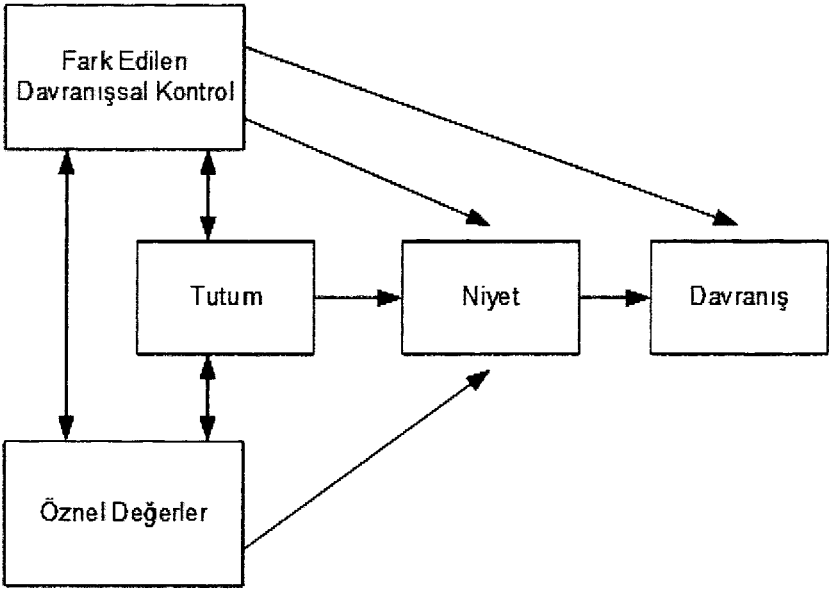
Şok verirken aynaya bakan grup, bu yolla farkındalıkları arttığı için kontrol grubuna oranla önceki tutumlarına (fiziksel cezaya karşı tutum) daha uygun davranıyor; başkalarının varlığında şok veren kişiler ise, insanların fiziksel cezaya ilişkin nasıl bir tutuma sahip olduğunu düşünüyorlarsa, öyle davranıyorlar.

Bu araştırmada elde edilen bulgu, farkındalığın tutum-davranış ilişkisini güçlendirdiğini göstermekte, aynı zamanda da farklı tür farkındalıkların (öz ya da çevre) farklı tür davranışlara yol açtığına işaret etmektedir. İnsan kendisinin neyi önemsediğine odaklandığında (dikkat ettiğinde), tutumlar davranışlar üzerinde daha etkili olurken, başkalarının neyi önemsediğine odaklandığında, onların beklentilerine uygun davranışlarda bulunabiliyor.

Planlanmış Davranış Kuramı

Tutumların davranışları nasıl ve ne zaman etkilediği ile ilgili çalışmaların çoğu Ajzen'ın (1991) oluşturduğu *Planlanmış Davranış Kuramı*'ndan (Theory of Planned Behavior) etkilenmiştir.

Şekil 5.6*
Ajzen'in Planlanmış Davranış Kuramı



**Kaynak: Ajzen, 1987.*

Bu kuram Ajzen'ın Fishbein'la (1980) beraber oluşturduğu *Mantıksal Eylem Kuramı*'nın (Theory of Reasoned Action) bir uzantısıdır. Her iki kuram da, davranışların belli bir nedene dayandığı varsayımı üzerine kuruludur. Bu kuramlara göre, insanlar davranışlarının sonuçları hakkında önceden düşünürler, seçtikleri bir sonuca ulaşmak için bir karara varırlar ve bu kararı uygularlar. Başka bir deyişle, davranışlar belli bir niyet sonucu oluşur. Bu niyet, önceden düşünülmüş olan sonuca ulaşmaktır. Bu kuramlara göre, bir davranışı belirleyen doğrudan tutum değil, niyettir. Tutum niyeti, niyet de davranışı etkiler.

Ajzen, planlanmış davranış kuramında, niyete etki eden 3 öğeden söz etmektedir. Bunlar, a) kişinin davranışa yönelik tutumu, b) öznel değerler (normlar) ve c) fark edilen davranışsal kontroldür. Şimdi bu öğelerin üzerinde duralım (bkz. Şekil 5.6).

Bir kişinin *davranışa yönelik tutumu* iki olgudan etkilenir: davranışın sonuçlarıyla ilgili düşünceler ve olası sonuçların değerlendirilmesi. Bireylerin aynı konuda farklı tutumlara sahip olması, bu iki olgudan biri veya her ikisi hakkında farklı düşüncelere sahip olmalarından kaynaklanır. Örneğin, bir öğrencinin haftada 10 saat daha fazla ders çalışması kararını ele alalım. İki farklı kişi, böyle bir kararın ne gibi sonuçlara yol açabileceği (davranışın sonuçlarıyla ilgili düşünceler) konusunda aynı şekilde düşünebilirler: daha iyi notlar almak, arkadaşlarla daha az zaman geçirmek, vb. Ancak bu sonuçların değerlendirmesinde (olası sonuçların değerlendirilmesi) farklılıklar doğabilir. Gül, yüksek notlar almayı daha çok önemserken, Lale arkadaşlarla vakit geçirmeyi daha önemli bulabilir. Dolayısıyla, Gül'ün haftada 10 saat fazla çalışmaya karşı tutumu, Lale'ninkine göre daha olumlu olacaktır.

Ajzen'ın kuramındaki ikinci öğe, *öznel değerler*dir. Bu öğe, sosyal bir içerik taşır, şöyle ki; kişinin, başkalarının onun davranışları hakkında ne düşüneceğiyle ilgili inançları ve kişinin bu beklentilere ne ölçüde uyacağı, niyeti etkiler. Örneğin, Gül ve Lale, kendileri haftada 10 saat fazla çalışma ya da çalışmama kararını almadan önce, anne-babalarının, arkadaşlarının, en değer verdikleri öğretmenlerinin beklentilerini gözden geçirebilirler. Eğer Lale, anne-babasının onun çalışmasından mutlu olacaklarına eminse ve onları mutlu etmeye güdülenmişse, haftada 10 saat fazla çalışma kararı alması olasıdır. Örneğin, Gül fazla çalıştığı takdirde arkadaşlarının kendisiyle alay edeceğini düşünüyorsa ve arkadaşlarının ona değer vermesini çok fazla önemsiyorsa, 10 saat fazla çalışmama ihtimali yükselir.

Modeldeki üçüncü öğe, *farkedilen davranışsal kontrol*dür. Bu öğe ile belirtilmek istenen, bazı davranışların diğerlerinden daha fazla kontrol altında olduğudur. Ajzen'e göre, burada önemli olan kişinin kontrolle ilgili düşünceleridir. Örneğin, eğer Lale, alacağı notların çok fazla kendi elinde olmadığına (kontrolü altında olmadığına) inanıyorsa, anne-babasının beklentileri ve onun bu beklentileri yerine getirme çabası çok işe yaramayacaktır. Nesnel durum da önemlidir. Bazen durum bizim kontrolümüzde değildir. Örneğin, bir kişi bir derneğe bağışta bulunma konusunda olumlu bir tutuma sahip olabilir ve başkalarının da bu düşünceyi onayladığını düşünebilir; ancak bağışta bulunacak parası yoksa tutumu davranışının belirleyicisi olamaz ve tutumuna dayanarak davranışını çıkarsamak doğru olmaz.

Bu üç öğe –tutum, öznel değerler ve farkedilen davranışsal kontrol– kişiyi belli bir davranışa yönelten *niyete* etki eder. Tahmin edeceğiniz gibi, tutumların, öznel değerlerin ve farkedilen kontrolün, niyet ve dolayısıyla davranış üzerindeki gücü, durumdan duruma değişir. Bu üç öğenin önem sırası, kişinin benlik kavramının özellikleriyle de yakından ilgilidir. Miller ve Grush (1986), benlik kavramının özellikleriyle yukarıda saydığımız üç öğenin ilişkisini şu şekilde açıklamışlardır: tutumlarının farkında olan ve başkalarının ne düşündüğünü çok fazla önemsemeyen kişilerin, bu üç öğe arasından *tutum* öğesinden etkilenmeleri daha olasıdır. Bu kişilere, *kendini denetlemeye eğilimi olmayan* ya da *bağımsız kişiler* denir. Bu kişiler çoğunlukla başkalarının beklentilerine göre değil, kendi tutumlarına göre davranırlar. Kendini *denetleyen* kişi için ise, başkaları üstünde nasıl bir izlenim bıraktığı, başkalarının onun hakkında ne düşündüğü önemlidir. Bu nedenle başkalarının beklentilerine ve normlara göre davranır, kendine çeki düzen verir. Bu fark daha bireyci ve daha toplulukçu yaklaşımlarla da benzerlik göstermektedir. Bu konuları ileride kültürü incelerken de ele alacağız. Miller ve Grush, bu varsayımlarını test etmek için bir araştırma yapmışlar ve burada deneklerin tutumlarını, değerlerini, farkındalık ve kendini denetleme düzeylerini ölçmüşlerdir. Sonuçlar, yüksek düzey farkındalığa sahip ve düşük düzeyde kendini denetleme eğilimi olan kişilerde tutumların davranışları belirleyici rol oynadığı görülmüştür. Düşük düzeyde farkındalığa sahip ve yüksek düzeyde kendini denetleme eğilimi gösteren kişilerde ise, öznel normlar-davranış ilişkisi yüksek çıkarken, tutum-davranış ilişkisi önemini yitirmiştir.

Kısacası, planlanmış davranış kuramı, davranışları öngörebilme konusunda önemli katkılarda bulunmuştur.

Planlanmış Davranış Kuramı'na Yöneltilen Eleştiriler

Planlanmış davranış kuramına yöneltilen eleştirilerin bir kısmı, kuramın dayandığı *insanların rasyonel davrandıkları* tezini sorguluyor. Eleştirilerde öne sürülen, bazı davranışların planlanmamış, düşünülmeden yapılan davranışlar olduğu, bir kısmının da alışkanlıklara dayandığıdır.

Planlanmış davranış kuramında, yukarıda da belirttiğimiz gibi, insanların düşünüp, karar verip, ondan sonra harekete geçtikleri varsayılmıştır. Oysa her davranışın bu şekilde gerçekleşmediğini hepimiz biliyoruz. Örneğin, birbiriyle kavga eden iki kişinin, önceden bu konuda düşünüp, sonuçlarını değerlendirip harekete geçtiği durumlar pek sık değildir herhalde. İnsanlar kızgın olduklarında, gözleri hiçbir şeyi görmez. Aynı şekilde "Aşkın gözü kördür." atasözünde de olduğu gibi, âşık olan insanlar da çoğu zaman mantık dışı hareketlerde bulunma eğiliminde olurlar. Planlanmış davranış kuramının bu tür davranışları açıklaması zordur.

Bu kuramın açıklayamadığı başka bir davranış grubu da, kişi için alışkanlık haline gelmiş ve artık düşünmeden yaptığı, otomatik hale gelen davranışlardır. Böyle davranışların öncesinde yer alan tutumları ölçmek mümkün değildir; çünkü çoğunlukla belli bir tutuma dayanmazlar.

Bu kuram, gördüğümüz gibi planlanmış davranışların tahmininde çok yararlı olsa da, tüm davranışların öngörülmesinde yetersiz kalabilir.

Tutumların Gelişmesi ve Kalıplaşması

İnsanlar tutumlara sahip olarak doğmazlar, tutumları sonradan öğrenirler. Peki, insanlar belli konular, objeler ya da kişiler hakkındaki tutumlarını nasıl oluştururlar? Bu sorunun tek bir cevabı yoktur. Bazı tutumlar insanların kendi deneyimlerine dayanırken, bazıları başka kaynaklardan elde edilir. Örneğin, ançüezli pizzaya karşı olan tutumumuz ançüezli pizza yedikten sonra veya hiç yemeden bir başkasının fikrine dayanarak oluşabilir. Tutumlar genelde şu yollardan elde edilir: tutum objesiyle doğrudan deneyim, sosyal çevreden öğrenme veya medya aracılığıyla öğrenme.

Tutumların Oluşumu

Tutumlar çok erken yaşlarda oluşabilir. Bugün klasik sayılan bir araştırma (Clark ve Clark, 1958) ABD'deki üç yaşındaki zenci çocukların insanlarda siyah-beyaz ayırımı yapabildiklerini ve beyazı siyaha üstün gördüklerini ortaya koymuştur. Demek ki üç yaş gibi çok küçük yaşlarda bile tutumların bilişsel, duygusal ve davranışsal öğeleri ortaya çıkmaya başlamaktadır. Ek olarak Augoustinos ve Rosewarne (2001) çocukların dört yaşına geldiklerinde kültürel kalıp yargıları bildiklerini ve desteklediklerini belirtmişlerdir. Clark ve Clark (1958)'ın araştırmasında zenci çocuklar beyaz renkli bebekleri siyah renklilere tercih etmişler; siyah bebeklerin *pis*, *kötü* olduğunu söylemişlerdir. Kuşkusuz, bu kadar erken gelişen tutumlar, bu çocukların ileriki yaşlarda kendilerini ve başkalarını nasıl göreceklerini etkileyecektir. Bu araştırmadan da görüldüğü gibi, bireylerin tutumları, sosyal normları ve kültürel değerleri yansıtır.

Lambert ve Klineberg (1967) on bir ülkeden 3300 çocukla yaptıkları bir araştırmada 6, 10 ve 14 yaşlarındaki çocukların başka uluslar hakkındaki tutumlarını incelemişlerdir. Aralarında bir grup da Türk çocuğunun bulunduğu bu denekler, küçük yaşlarda diğer ulusları fiziksel ve ırk özellikleriyle; daha büyük yaşlarda ise kişisel, politik, dinsel özellikleriyle ve sahip oldukları eşyalarla belirlemişlerdir. Ayrıca, altı yaşındaki çocukların bile diğer uluslara karşı olumlu ve olumsuz duygusal tepki gösterdiği ortaya çıkmıştır. Yaş ilerledikçe, çocukların uluslararasında farklılık gözettiği ve sevme-sevmeme duygusal boyutu üzerinde ulusları sıraladığı görülmüştür.

Erken yaşlarda öğrenilen tutumların, önemli yaşantı ve olaylar olmadığı takdirde oldukça durağan olduğunu ve kolay kolay değişmediğini ilerde kalıplaşmış tutumlar kısmında göreceğiz. Ancak, erken yaşlarda öğrenilmiş olsa da, tutumlar yeni yaşantılar ve yeni öğrenmelerle bazı değişikliklere de uğrayabilir; örneğin, bir dış ülkede yaşamanın kişinin tutumlarını değiştirmesi gibi. Bu konuda yapılan bir araştırmayı (Kağıtçıbaşı, 1975) kitabın ikinci bölümünde görmüştük. Sonucu burada kısaca özetleyecek olursak, ABD'de bir ders yılı kalan gençlerin dindarlık ve yetkeci tutumlarında bir azalma; buna karşılık dünya zihniyetinde (uluslararası bakış açısı) ve kendi başına

gelen olayların sorumluluğunu sahiplenmekte (iç kontrole inançta) bir artış görülmüştür. Demek ki, erken yaşlarda edinildiği başka araştırmalarla saptanmış olan (örneğin, Adorno ve ark., 1950) bu tutumlar, yeni bir kültür teması sonucu ikinci bir *ergen sosyalleşmesiyle* değişebilmektedir.

Erken çocukluk devresinden sonra özellikle politik tutumların değiştiğini gösteren diğer bazı araştırmalar da vardır. Örneğin, bugün klasik sayılan bir boylamsal araştırmada Newcomb (1943) liberal bir üniversite ortamında, öğrencilerin çoğunun ailelerinden edindikleri tutucu politik tutumlarını bırakıp liberal politik tutumlar geliştirdiklerini bulmuştur. 25 yıl (Newcomb ve ark., 1967) ve 50 yıl (Cohen ve Alwin, 1993) sonrasında yapılan araştırmalar ise üniversite ortamında gelişmiş olan bu liberal politik tutumların büyük bir çoğunluğunun hala devam ettiğini göstermiştir. Türkiye'de de, üniversitenin ilk sınıfındaki öğrencilerle son sınıfındaki öğrenciler arasında politik tutum farklılaşması bulunmuştur (Ozankaya, 1966).

a) Tutum objesiyle doğrudan deneyim

Bir konu ya da objeyle ilgili tutum sahibi olmanın en açık yolu, o konu ya da objeyle ilgili bir deneyim geçirmiş olmaktır. Yukarıda verdiğimiz pizza örneğinde olduğu gibi, bir çeşit pizzayı yeriz, tadını beğeniriz ve pizzaya karşı olumlu bir tutum geliştiririz. Pizzanın tadı hoşumuza gitmediğinde ise, o pizzaya karşı olumsuz bir tutum sahibi oluruz. Her iki durum da, tutum sahibi olmanın çok basit bir yolunu gösteriyor. Başımızdan geçen ve tutum oluşumuna neden olan deneyimler her zaman bu kadar basit olmayabilir. Bir deprem, savaş, çocukluk travması, anne-babanın ayrılması vb. gibi yaşamsal olaylarda da insanlar belirli tutumlar geliştirirler.

Bazen hakkında bir tutum geliştirmemiş olduğumuz bir objeyi, hakkında tutum sahibi olduğumuz bir objeyle bağlantılandırınca, bu tutumumuzu diğer objeye de taşırız. Staats (1967), Pavlov'un deneyinde görülen klasik şartlanmanın (köpeğin zil sesini duyunca, normalde yiyeceğe gösterdiği fiziksel tepkiyi -salgılamayı- göstermesi) tutum oluşumunda da görüldüğünü ileri sürmüştür. Örneğin, *güvenilmez* kelimesinin bizde uyandırdığı düşünce ve duyguları ele alalım. Hemen hepimiz güvenilmezliğe karşı olumsuz bir tutum içindeyizdir. Bir politikacının sürekli *güvenilmez* biri olarak tanımlanması, o kelimeyle politikacı arasında bir bağlantı kurmamıza ve *güvenilmez*liğe karşı olan olumsuz tutumumuzun politikacıya karşı olan tutumuzu olumsuzlaştırmasına yol açabilir.

Psikoloji kitaplarının şartlanmayı anlatan bölümlerinde sıklıkla verilen bir örnek yardımıyla da tutum oluşumunu anlayabiliriz. Bir klasik araştırmada, Watson ve Rayner (1920), 11 aylık Albert'le yaptıkları bir deneyde, Albert'in farelere karşı korku oluşturmasını sağladılar. En başta, Albert fareye karşı hiçbir korku belirtisi göstermemiş, ona yaklaşmaya ve onunla oynamaya çalışmıştır. Daha sonra Albert fareye her yaklaştığında, çok yüksek bir ses verilmiştir. Farenin görüntüsüyle yüksek sesin birkaç defa eşleştirilmesi sonucunda Albert fareden korkar duruma gelmiştir. Böyle bir şartlanma sağlanarak çocuğun yüksek sese gösterdiği tutum, fareye gösterdiği tutumu belirlemiştir. Hatta bu korkusunu fareye benzer tüylü, yumuşak nesnelere de taşımıştır. İşte tutum oluşturmanın bir yolu da budur.

b) Ana-babalar, arkadaşlar ve sosyal çevre

Tutumlarımızın çoğunu başka insanlardan ediniriz. Ana-baba, çocukların oluşturdukları tutumların ilk kaynağıdır. Örneğin, çocukların politik tutumları, sigara içmeye karşı tutumları ana-babanınkiyle bir benzerlik taşır. Arkadaş çevresi de aynı şekilde tutum oluşumuna etki eder. Müziğe, giyim ve saç biçimine, davranış tarzına ve bunun gibi birçok tutum objesine yönelik tutumlarımız arkadaş çevremizden etkilenir. Bu durumlarda Sosyal öğrenme kuramı tutumların nasıl edinildiğini açıklar.

Öğrenmenin birkaç ilkesi tutumların ve bunlarla bağlantılı davranışların nasıl edinildiğini açıklamaktadır. İşlemsel pekiştirme, bir tutumun dışa vurumunu takiben gelen ödül durumlarını açıklar. Diyelim ki, nükleer enerji konusunda bir fikrinizi açıklıyorsunuz ve sizi dinleyenlerden büyük destek görüyorsunuz. Büyük olasılıkla gelecekte bu fikri savunmaya devam edersiniz.

Tutumlar, sosyal alanda oynadığımız roller sonucu da oluşur. Bu konuda yapılan ilk araştırmada Lieberman (1956), yöneticilik pozisyonuna yükseltilen işçilerin yönetim yanlısı ve sendika karşıtı olduklarını saptamıştır. Aynı şekilde, sendika içi bir göreve getirilen kişilerin de bunun tersi doğrultuda tutum değiştirdiği gözlenmiştir. Daha sonraki araştırmalar da benzer sonuçlar elde etmişlerdir.

Son yıllarda tutumların oluşumunda genetik faktörlerin ve kişilik özelliklerinin etkili olduğunu ortaya koyan çalışmalar da yapılmaya başlamıştır. Örneğin, nevrotik kişiliğe sahip olan kişilerin her türlü tutum objesine karşı olumsuz tutumlar geliştirdikleri saptanmıştır. Bunun yanı sıra ikizlerle yapılan araştırmalar farklı çevrelerde yetişmelerine rağmen tek yumurta ikizlerinin politik tutumlarının çift yumurta ikizlerine kıyasla daha benzer olduğunu ortaya koymuştur.

c) Medyanın etkileri

Anne-baba, arkadaş çevresi ve sosyal rollerimizden başka medya ve özellikle televizyon, tutum oluşumuna etki etmektedir. Araştırmalar, medyanın hem tutum oluşumuna hem de var olan tutumların pekişmesine etki ettiğini göstermektedir. Örneğin, çocukların hangi yiyeceği istedikleri, bu yiyeceklerin televizyonda ne kadar sık reklamının çıktığıyla doğru orantılıdır (Taras, Sallis, Patterson, Nadar ve Nelson, 1989).

Medyanın tutum oluşumuna etkisi, izlenilen reklamlarla da sınırlı değildir. Bir çalışmada, Eskimo çocuklarına ilk defa televizyon izlettirilmiş ve diğer kültürler ve değerlerle ilgili programlar gösterilmiştir. Bu programları izleyen çocukların diğer kültürlerle ilgili inanışlarında ciddi değişmeler gözlenmiştir (Caron, 1979). Cinsiyet rollerini kapsayan kalıp yargıların incelendiği bir araştırmada, televizyon izleyen çocukların cinsiyetçi tutumlar geliştirdiği gözlenmiştir (Morgan, 1982). Demek ki, sadece bizi etkilemek için tasarlanmış reklamlar değil, televizyonda izlediğimiz her program tutumlara etki edebilmektedir. Aynı şekilde, basında, aynı olayın gazetenin eğilimiyle bağlantılı olarak olumlu veya olumsuz sunulabildiğini görüyoruz.

Ancak medyadan gelen bütün mesajları sorgusuz sualsiz kabul ettiğimiz söylenemez. Yakın yıllarda yapılan araştırmalar, kişilerin medyadan gelen mesajları aktif ola-

rak işlediklerini desteklemektedir (Petty, Priester ve Briñol, 2002; Rubin, 2002). Genel olarak araştırmalar göstermektedir ki, medya yeni tutumlar yaratmakta ve çoktan sahip olduğumuz tutumları güçlendirmekte başarılıdır; ancak kişilerin sahip oldukları tutumları değiştirmekte yetersiz kalmaktadır. Örneğin, Derzon ve Lipsey (2002) ve Donaldson (2002) araştırmalarında medya üzerinden geri dönüşüm, sigara bırakma veya uyuşturucu kullanımını engelleme gibi konularda halkın fikirlerini ve davranışlarını değiştirme amaçlı yapılan kampanyaların ancak küçük çapta değişim yaratabildiğini göstermişlerdir (Bu konuya altıncı bölümde daha detaylı bir şekilde değineceğiz). Ancak Patterson (1980) kişinin önceden belli bir tutumunun olmadığı konularda ya da kişinin tutumlarının zayıf olduğu durumlarda medyanın tutumlar üzerinde etkili olduğunu göstermiştir.

Yine de kişisel tutumların ve buradan hareketle kamuoyunun oluşumunda medyanın rolünü yadsımak olanaksızdır. Hepimizin de bildiği gibi, özellikle seçimler sırasındaki kampanyalarda televizyon çok önemli bir yer tutmaktadır. Partilere ve onların adaylarına karşı olumlu veya olumsuz tutum gelişmesini sağlamak için kullanılan televizyon ve basın, seçim sonuçlarında ciddi oynamalara neden olabilir.

Tutum gelişimi, zaten var olan tutumların öne çıkarılması ile de etkilenebilir. Iyengar ve arkadaşları (1984), haber programlarının izleyicilerin tutumları üzerindeki etkisini ölçmek için bir deney düzenlemişlerdir. ABD'de yapılan bu deneyde öğrenciler, insan haklarında, ABD-Rusya ilişkilerine ve enerji sorunlarına kadar birçok konuda haber izlediler. Öğrenciler, haberlerde enerji ile ilgili ne kadar çok haber izlediklerine göre 3 gruba ayrıldılar: sıfır haber, orta çoklukta haber ve çok fazla sayıda haber izleyenler. Araştırmacılar, çok fazla sayıda enerji ile ilgili haber izleyen öğrencilerin, zamanın ABD başkanı Jimmy Carter'ın bu konuda gösterdiği başarıyı –bu konu onların belleklerinde daha kolay ulaşılabilir durumda olduğu için– daha çok dikkate alacaklarını beklemekteydiler. Eğer Carter bu konuda başarılı ise, Carter'ın diğer konuları da kapsayan genel başarısını da yüksek göreceklerdi. Elde edilen sonuçlar bu beklentileri doğrular nitelikteydi. Fazla sayıda enerji konularıyla ilgili haber dinleyenler, başkan Carter'ı, onun enerji konusunda yaptıklarına bakarak değerlendirmişlerdir. Bu konuda güçlü ve başarılı olduğunu düşünenler, Carter'ın genel başarısını da olumlu değerlendirmişler; bu konuda yetersiz olduğunu düşünenlerse genel başarısını da yetersiz görmüşlerdir. Enerji konusunda az sayıda haber izleyen öğrenciler ise değerlendirmelerini Carter'ın enerji konusundaki başarısına dayandırmamışlardır. Demek ki, televizyon haberleri bazı noktaları diğerlerinden daha fazla ön plana çıkararak, seçmenlerin, tutumlarını hangi özelliklere dayanarak şekillendireceğini de belirleyebilir.

Kalıplaşmış Tutumlar (Kalıp yargılar)

Bir önceki kısımda incelediğimiz araştırmalar genellikle tutumların erken yaşlarda edinildiğini göstermektedir. Ancak şu soruyu sormak da gerekir: Özellikle belirli gruplar hakkında neden kalıplaşmış tutumlar geliştiriliyor? Yani insanlar niçin başka grupları tipleştirme eğilimi göstererek onlar hakkında kalıp yargılar geliştiriyorlar?

Bu kısımda, kalıp yargıları, tutumlarımızın bir türü olarak inceleyeceğiz ve bir tutum olan kalıp yargıların, bu tutumun davranış olarak dışavurumu olan ayırımcılıkla ilişkisine kısaca değineceğiz.

Kalıplaşmış tutumlar (kalıpyargılar, stereotypes) belirli gruplar hakkında sahip olduğumuz bilgilerin bir özetidir. Az bildiğimiz bir grup hakkında tutum geliştirmek için başkalarından duyduğumuz, okuduğumuz bilgileri bir araya getiririz. Böylece geliştirdiğimiz kalıp halindeki bir tutum bize o grup hakkında kestirme yoldan bir fikir verir.

Kalıp yargılar çoğu zaman bir grubun bir üyesiyle karşılaştığımızda bu kişinin davranışı hakkındaki beklentimizi ve ona karşı davranışımızı önceden ayarlayabilmemizi sağlar. Demek ki kalıplaşmış tutumlar sayesinde diğer gruplar hakkında özet bilgiye sahip olarak çevremizi kendi gözümüzde bir düzene sokar, çevremize karşı tepkilerimizi önceden ayarlayabiliriz. Daha ileride de göreceğimiz kalıp tutumlar gibi bütün tutumlar bu temel görevi yüklenirler, yani *gerçeği tanımlama*mıza yardımcı olurlar.

Bir örnek verecek olursak, Japonlar hakkında pek az şey bilen Deniz, çevresinden edindiği bilgilerle Japonlar hakkında *çalışkan ve nazik bir ulus* şeklinde bir kalıp yargı geliştirmiş olabilir. Buna karşılık Deniz çok az tanıdığı Latin Amerikalıların tembel, eğlenceye düşkün, kaba, gürültücü olduklarını düşünebilir. Kuşkusuz, bu kalıplaşmış tutumlar, Deniz'in bir Japon ile ya da bir Brezilyalı ile karşılaştığında onlar hakkındaki beklentilerine, hatta onlara karşı davranışlarına yön verecektir. Demek ki tutumlar, özellikle kalıplaşmış olanlar, kişi için her yeni tutum objesi veya karşılaşılan kimse ile ilgili olarak baştan yeni bir öğrenme sürecinden geçmek yerine, bazı eğilim ve beklentileri kullanma olanağı sağlayarak onun işini kolaylaştırır ve davranışlarına düzen ve tutarlılık kazandırır.

Bir grup hakkındaki bilgimiz ne kadar azsa, başkalarının o grup hakkındaki fikirlerini o kadar kolay kabul ederek bir iki özellikten ibaret bir tipleştirmeye ya da kalıplaştırmaya yönelebiliriz. Hâlbuki iyi tanıdığımız grup ve kişiler hakkında kalıp yargı geliştirmeye ihtiyacımız yoktur.

Burada Muzafer Sherif'in (1961b) çocuk gruplarıyla yaptığı alan deneyleri sonucu geliştirdiği bazı kavramlara da değinmekte yarar var. Bu deneyler, bir yaz kampındaki 11-12 yaşlarında erkek çocuklarıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kampta çocuklar iki gruba ayrılarak oyunlar oynamışlar, birbirleriyle yarışmışlar veya ortak çalışmalar yapmışlardır. Bu kamp boyunca çocukları gözleyen araştırmacılar, grup ve grup içinde birey konularında çok önemli bulgular elde etmişlerdir. Kampta çocuklarla gerçekleştirilen bu deneylerde, kalıplaşmış yargı ya da tutumların, gruplar arası çıkar çatışmaları sonucu ortaya çıktığı görülmüştür. Şöyle ki, kalıplaşmış tutumlar, birbirleriyle rekabet eden grupların, birbirleri hakkında kendi üyelerine sağladığı ve aralarındaki çatışmayı yansıtan tutumlar olarak belirmektedir. Bu bakış açısından gruplar, kendi çıkarlarının

devamı için, kalıp tutumlarını pek değiştirmezler. Bu kavramlaştırma, özellikle birbirleriyle çatışma halindeki grupların birbirleri hakkında geliştirdikleri kalıp tutumları ve bunların durağanlığını açıklamak bakımından önemlidir.

Şimdi bir tür tutum olan kalıp yargılarla bunun sonucu ortaya çıkabilen ayrımcılık arasındaki ilişkiyi inceleyelim.

Ayrımcılık

Ayrımcılık (*discrimination*) bir grubun üye veya üyelerine, sadece o gruba karşı sahip olduğumuz olumsuz tutum nedeniyle, olumsuz davranışlarda bulunmaktır. Bir zenciyi sadece zenci olduğu için işe almamak, yabancı birini sadece yabancı olduğu için tartaklamak, sosyoekonomik durumu düşük olan kişilere devlet dairelerinde güçlük çıkarmak vb. davranışlar ayrımcılığa örnektir.

Bölümün başında tutum-davranış ilişkisini tartıştığımız kısımda örnek olarak verdiğimiz LaPiere'in Çinli bir çifti kullandığı çalışmasında, lokanta çalışanlarının hem Çinlilerle ilgili kalıp yargılarına, hem de Çinlilere karşı ayırımcılık yapıp yapmadıklarına bakılmıştır. Burada Çinlilere karşı sahip olunan tutumun olumsuz olduğu görülmüş, ancak bu tutumun ayırımcılık şeklinde davranışa yansımadığı saptanmıştır. Aynı şekilde kadınların kaprisli, İngilizlerin soğuk olduğunu düşünen bir kişi, bu olumsuz tutumuna karşın çalıştığı ofisteki bir İngiliz kadına ayrımcı davranışta bulunmayabilir.

Olumsuz bir tutumun davranışa yansımamasının çok çeşitli nedeni olabilir, ama bu nedenlerden belki de günümüzde en önemli olanı, çevreden gelen baskının ve insancıl beklentilerin ayrımcılık gösterilmemesi yönünde olmasıdır.

Önyargı (prejudice), bir grup kişiye dair sadece ait oldukları gruptan ötürü negatif tutumlara sahip olmaktır. Örneğin, bir kişi zencilere karşı önyargılıdır dersek, bu kişinin zencilere karşı tutumu negatiftir ve bütün zenciler için geçerlidir diyebiliriz.

Görünür önyargı, *gizil* önyargıya göre –adından da belli olduğu üzere– çok daha açık, saklamaya gerek duyulmayan, kontrolsüz ve direkt önyargıdır ve bunun dışa vurumu çok daha kolaydır. Gizil önyargı, sessiz ve gizlenmiş önyargıdır. Kendini kolayca belli etmez, bakıldığında hoşgörülü davranış göze çarpabilir, oysa insanların ele vermek istemedikleri gizli önyargıları mevcuttur. Pettigrew'a göre (1998), yabancıların yaygın olarak var olduğu ancak yabancılara karşı önyargının ve ayrımcılığın politik olarak doğru olmadığı ve dile getirilmesinin hoş görülmediği demokratik toplumlarda, özellikle Avrupa'da, önyargının olmadığını söylemek yanlış olur. Ona göre,

önyargılar ve ayrımcılık sadece şekil değiştirmiş ve daha sinsi bir hal almıştır. Görünür önyargı, kendini özellikle hala Almanya'da Türklere, Fransa'da Kuzey Afrikalılara vb. karşı göstermekle birlikte, başka toplumlarda (örn, Hollanda'da) gizil önyargı toplum tarafından daha fazla oluşturulmakta ve önyargı şekil değiştirmiş olarak var olagelmektedir. Örneğin, görünür önyargı sahibi insanlar, önyargının çok açık bir şekilde ortaya konulmasını kabul etmemekle beraber, ülkelerindeki azınlıkları, geleneklere zarar veren, çok az miktarda sempati duydukları *garip insanlar* olarak dile getirmektedirler.

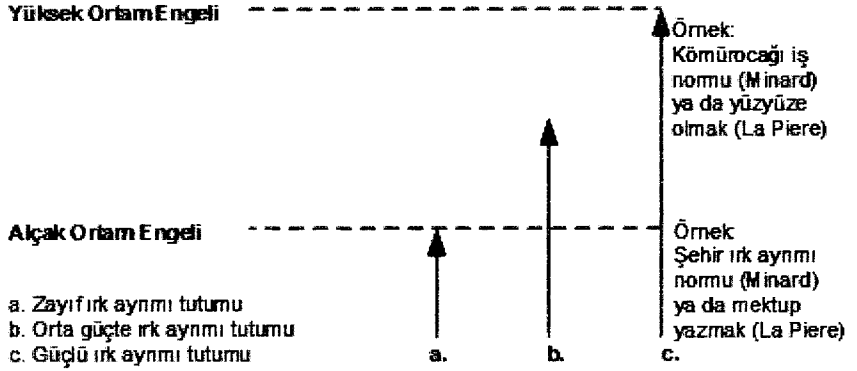
Gizil önyargı sahibi insanlar önyargının ve ayrımcılığın inkârı üzerine yoğunlaşırlar. Bu yüzden toplumdaki eşitsizliği çözmeyi amaçlayan müdahale programlarına karşı çıkarlar yani pozitif ayrımcılık uygulamalarını desteklemezler (Michener, Delamater ve Myers, 2004). Örneğin, kadınlara Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kota ayırmak gizil önyargı sahibi insanlara göre gereksizdir, çünkü kadınların lehine yapılacak bu tür bir pozitif ayrımcılık hamlesi erkeklere karşı haksızlık olmaktan öteye geçemez. Gizil önyargı sahibi insanlar, ayrımcılık ve önyargı hakkında sorular sorulduğunda çok dikkatli cevaplar vermekte ve önyargılarının ortaya çıkmasına engel olmaya çalışmaktadırlar. Bu yüzden, özellikle önyargı gibi olumsuz tutumların ölçümlerinde, ne ölçüldüğünün çok açık bir şekilde belli olmadığı kapalı sorular kullanmakta yarar vardır.

Öte yandan, ayrımcılık gösteren birinin, o kişiye veya gruba karşı olumsuz tutumlara sahip olduğunu söylemek de yanlış olabilir. Bazen insanlar tutumları yüzünden değil, sosyal baskı altında kaldıkları ya da kurallar öyle gerektirdiği için ayrımcı davranışlarda bulunmak zorunda kalabilirler. Örneğin, ABD'de eskiden bazı gece kulüplerine siyahların alınması yasaktı, ancak bu kuralın uygulanmasını sağlayan kapı görevlilerinin yaptıklarına bakarak bu tutuma sahip olduklarını çıkarsamak doğru olmaz. Aynı şekilde, daha önce sözü edilen Minard'ın (1952) araştırmasında, beyazların % 60'ının zencilerle kömür ocağında konuştuklarının, şehirde ise konuşmadıklarının görülmesi de buna bir örnektir.

Campbell (1963) *ortam eşiği* kavramını kullanarak bu tür tutum-davranış farklarını açıklamıştır. Burada *eşik* yerine *engel* kavramını kullanabiliriz. Bazı ortamlarda bireylere baskı yapılmadığından, bu durumlarda tutumlar rahatça davranışa dönüşebilir; yani ortam, tutumun davranış halinde belirmesi için bir engel yaratmaz. Buna karşılık, bazı ortamlarda, var olan bir tutumun davranışa dönüşmesi güçtür, yani ortam, bir engel meydana getirir. Demek ki içinde bulunulan ortam, adeta üstünden geçilebilecek kadar alçak ya da geçilemeyecek kadar yüksek bir engel gibi iş görür. Bunu, daha önce söz konusu ettiğimiz iki araştırmaya uygulayarak bir şema ile gösterelim:

Şekil 5.7'den de anlaşılabileceği gibi, çok hafif güçte bir ırk ayrımı tutumuna sahip olan, yani ırk ayrımcı bir tutumu olmayan bir kişi (tutum a) Minard araştırmasında şehirdeyken bile zencilerle konuşacaktır (beyaz işçilerin % 20'si gibi) ya da La Piere araştırmasında mektupla dahi Çinli müşterileri reddetmeyecektir (davranışa dönüşebilecek olumsuz tutum yoktur ya da çok azdır, en hafif bir ortam engeli bile aşamaz).

Şekil 5.7
Ortam Engelinin Önyargılı Tutumun Gücü İle Etkileşimi


Yüksek Ortam Engeli
Örnek:
Kömürocağı iş normu (Minard) ya da yüzyüze olmak (La Piere)
Alçak Ortam Engeli
Örnek
Şehir ırk ayrımı normu (Minard) ya da mektup yazmak (La Piere)
a. Zayıf ırk ayrımı tutumu
b. Orta güçte ırk ayrımı tutumu
c. Güçlü ırk ayrımı tutumu
a.
b.
c.

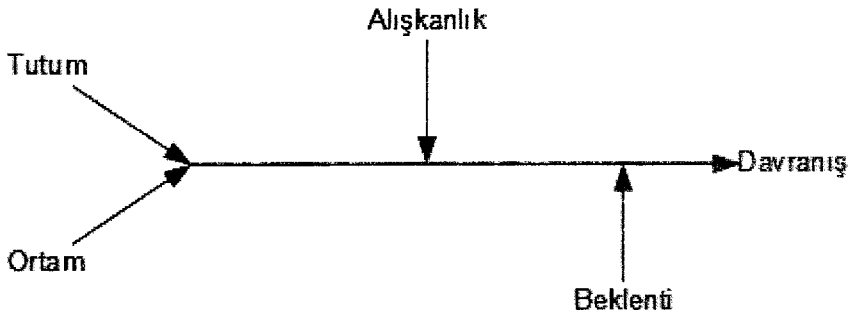
Buna karşılık, orta güçte ırk ayrımcı tutuma sahip bir kimse (tutum b) Minard araştırmasında şehirdeki sosyal norma uyarak zencilerle konuşmayacak; yani olumsuz tutum, alçak ortam engelini aşarak olumsuz davranışa dönüşecektir. Ancak kömür ocağında iş normuna uyarak zencilerle konuşacak, yani olumsuz tutum yüksek ortam engelini aşmadığı için olumsuz davranışa dönüşemeyecektir (beyaz işçilerin % 60'ı gibi). Aynı şekilde, La Piere araştırmasında, orta güçte ırk ayrımcı bir tutuma sahip bir kimse mektupla tanımadığı bir Çinliyi rahatça reddedebildiği halde, karşısında gördüğü düzgün giyinmiş güler yüzlü genç bir Çinli karı kocayı kolayca reddedemeyecektir. Demek ki, özellikle orta güçte bir tutum için ortam engelinin alçak ya da yüksek düzeyde olması bu tutumun davranışa yol açıp açmayacağını belirleyecek kadar önemli olabilmektedir.

Çok güçlü ırk ayrımcı tutumu olan bir kimse ise (tutum c) Minard araştırmasında şehirde de kömür ocağında da zencilerle konuşmayacaktır, çünkü güçlü olumsuz tutumu her iki ortam engelini de aşıp davranışa dönüşebilecek güçtedir (beyaz işçilerin % 20'si gibi). La Piere araştırmasında ise güçlü ırk ayrımcı tutuma sahip bir kimse mektupla cevap verirken de, yüz yüze olma durumunda da olumsuz tutumuna uygun olumsuz davranışı gösterebilecektir.

Bu incelemelerden şöyle bir sonuca varabiliriz: Çok güçlü ya da aşırı tutumlara dayanarak davranış tahmini yapmak, orta derecede güçlü tutumlardan davranış tahmini yapmaktan daha geçerlidir. Özellikle orta güçlükteki tutumlar; davranışa yol açarken, ortamsal etkenlerle etkileşime girdiklerinden, orta güçlükteki tutumlar söz konusu olduğunda ortamsal etkenlerin önemi küçümsenmemelidir. Günümüz batı toplumlarında, ırk ayrımının tutumunun yüksek ortam engeline takılması çok muhtemeldir. Bu durumda Pettigrew'in (1998) ifade ettiği özellikle Avrupa toplumlarında rastlanan yabancılara karşı sinsi yani gizil önyargı söz konusudur.

Tutum ve ortamsal etkenlerden başka *alışkanlıklar* ve *sonuç hakkındaki beklentiler* de kuşkusuz davranışı etkileyen etkenlerdir. Bu diğer iki etkeni tekrar LaPiere araştırması çerçevesinde düşünelim. Otel ya da lokantada resepsiyon memurunun düzgün giyimli müşterileri kabul etme alışkanlığı vardır. Buna karşılık tanımadığı herhangi bir Çinliyi mektupla oteline kabul etme alışkanlığı her halde daha azdır. Ayrıca, mektupla herhangi bir Çinliyi kabul edecek olursa, bu davranış başka Çinlilerin de bunu duyup gelmelerine yol açabilir. Hâlbuki bu düzgün görünüşlü Çinlileri geri döndürecek olursa tatsız bir ortam yaratılabilir, diğer müşteriler de bundan rahatsız olabilirler. Yani iki ortamla ilgili alışkanlıklar ve sonuçları hakkındaki beklentiler de oldukça farklıdır. Böylece Şekil 5.1'den Şekil 5.3'e genişlettiğimiz nedensellik ilişkisinin daha da karmaşık bir görünümü Şekil 5.8'de ortaya çıkmaktadır.

Şekil 5.8
Tutum-Ortam-Alışkanlık-Beklenti-Davranış İlişkisi



Şekil 5.8'de de görüldüğü gibi, davranış bu dört etkenin karmaşık etkileşimi sonucu ortaya çıkmaktadır. Öyleyse, bu dört etkenin hepsi de aynı doğrultudaysa ya da birbirleriyle tutarlı bir haldeyse, davranış tahminimiz çok geçerli olacaktır. Buna karşılık, bu etkenler birbirleriyle tutarsızlık gösteriyorsa, davranış tahminimiz daha az geçerli olacaktır.

Bir araştırmada bu öneri sınanmıştır (Sugar, 1967). Bu araştırmada üniversite öğrencilerine önce üç soru soruldu: 1) sigara içmekten hoşlanıp hoşlanmadıkları (tutum), 2) arkadaşlarının sigara içmeyi doğru bulup bulmadıkları (ortamsal norm), 3) genellikle sigara içip içmedikleri (alışkanlık). Daha sonra aynı öğrenciler bir başka araştırmaya denek olarak katıldıkları zaman, araştırmacı, her birine bir sigara ikram etti.

Baştaki üç soruda kullanılan etkenler (tutum, ortamsal norm ve alışkanlık) birbirleriyle tutarlı ise (örneğin, üç soruya da olumlu cevap verilmişse) sonraki davranışın da bu etkenlerle tutarlı olduğu, baştan büyük bir olasılıkla tahmin edilebilirdi. Sonuçlar göstermiştir ki; 38 denekten 33'ü bu durumda sigarayı kabul edip içmişlerdir. Buna karşılık baştaki soruların cevapları tutarsız idiyse, bu oran düşmüş, sigara içme davranışı daha az sayıda görülmüştür. Bu araştırma da bize, tutumun davranışla ilişkisi

söz konusu olduğunda ya da tutumdan davranışa bir tahmin yaparken diğer etkenleri de göz önüne almak gerektiğini göstermektedir.

Öyleyse niçin tutumu inceleyip ölçmeye çalışalım diye bir soru akla gelebilir. En azından, davranışı meydana getiren etkenlerden biri olduğu için tutum önemlidir. Ayrıca herhangi bir durumda ortaya çıkan tutum objesiyle ve ortamla ilgili tutumların ne olduklarını, birbirleriyle ilişkilerini anlayıp ölçebilirsek, davranışın daha iyi bir tahminini yapabiliriz. Örneğin, LaPiere araştırmasında, otel memurunun Çinlilere karşı tutumu kadar ortamla ilgili tutumu, örneğin otele gelen müşteriye nasıl davranılması gerektiği hakkındaki tutumu da söz konusu olmaktadır. Demek ki, davranış karmaşık bir şekilde etkilenmektedir derken, tutum, davranış tahminine yaramaz demek istemiyoruz. Tam tersine, tutumların birbirleriyle ve ortamla, alışkanlık ve beklentilerle ilişkilerini daha iyi anlamak, davranışın önceden tahmini için büyük önem taşır.

Kalıplaşmış Tutumların Kalıcılığı

Küçük yaşlardaki öğrenmelerle ortaya çıktığını gördüğümüz kalıplaşmış tutumlar acaba ne kadar kalıcıdır? Kolay değişir mi?

Kalıplaşmış tutumların bilgi yokluğunda bilgi sağladığını belirtmiştik. Öyleyse, bu durumu değiştirecek önemli bir olay olmadığı ve kalıp tutumlar bu görevlerini yerine getirdikleri müddetçe kendileri de var olmaya devam edecektir.

Kalıplaşmış tutumların bu devamlılığı araştırmalarla saptanmıştır. 1933'te Katz ve Braly Amerika Birleşik Devletleri'nde Princeton Üniversitesi öğrencilerinin yabancı uluslar hakkındaki kalıplaşmış tutumlarını incelemişlerdir. 20 yıl sonra aynı üniversitede Gilbert (1951) aynı araştırmayı tekrarlamıştır. Bu iki araştırma sonuçlarını incelediğimizde 20 yıllık zaman içinde kalıplaşmış tutumların durağanlığı göze çarpmaktadır. Bununla beraber, genellikle 1933'ten 1951'e geçince öğrenci gruplarının uluslar hakkındaki kalıplaşmış tutumları meydana getiren özellikler üzerinde, hemfikir olma oranları azalmıştır. Bu da, araştırmacılara göre, kalıplaşmış tutumlarda bir azalma, zayıflama anlamına gelmektedir.

Ancak, yirmi yıla yakın bir süre daha geçtikten sonra araştırma bir kez daha tekrar edilmiş (Karlins, Coffman ve Walters, 1969) ve bu sefer kalıplaşmış tutumlarda tekrar bir artma ya da güçlenme görülmüştür.

Bu araştırmalarda deneklere 10 ulus/etnik grup adı, 84 tane de kişilik özelliği (akıllı, tutucu gibi) verilmiş ve her ulusun hangi özelliklere sahip olduğunu belirtmeleri istenmiştir. Sonra denekler her ulusa/gruba ait belirttikleri özellikler içinden en belirgin beş özelliği seçmişlerdir.

Bazı genel sonuçlar şunlardır: Amerikalıların kendileri hakkındaki kalıplaşmış tutumlarının ortalama olumluluk derecesi kırk yıl içinde oldukça düşmüş ve 1967'de Japonlar, Almanlar, Museviler ve İngilizler hakkındaki kalıplaşmış tutumlardan aşağı bir düzeye inmiştir. Bu, kendini eleştirebilmek bakımından önemlidir.

Zenciler hakkındaki kalıplaşmış tutumlar daha olumlu olmuş; İngilizler hakkındaki ise devamlı olarak olumluluk göstermiştir. Almanlar ve Japonlar hakkındaki tutumlar İkinci Dünya Savaşı sonrasında düşmekle birlikte sonra gene çok yüksek düzeye çıkmıştır. Türkler için belirtilen tutumlar olumsuzdur ve bu olumsuzluk devamlılık göstermiştir.

Türklerle ilgili kalıplaşmış tutumun özellikle bilgisizlik sonucu belirdiği görülmektedir. Bunun kanıtı, Türkler hakkında hemfikir olarak özellik belirten deneklerin yüzdesinin azlığıdır. Zaten araştırmacıların belirttiğine göre deneklerin bir kısmı Türkler hakkında pek bir şey bilmediklerini ancak *kulaktan dolma* bazı bilgileri olduğunu söylemişlerdir (Karlins, Coffman ve Walters, 1969: 8). Bilgisizlik söz konusu olunca, bilgi eksikliğinin yerini kulaktan dolma kalıplaşmış tutumlar doldurmaktadır.

Doğru bilgi etkin bir şekilde yurt dışına yayılamadığı sürece, başkalarının yaptığı kötü propaganda, Türkler hakkındaki olumsuz kalıplaşmış tutumları beslemektedir. Amerikalı deneklerin savaş halinde oldukları uluslara karşı bile Türklere karşı olduğundan daha olumlu tutumları vardır.

1933 ile 1969 yılları arasında ve özellikle 1950'lerde Türkiye'nin Amerika Birleşik Devletleri'nin müttefiki olarak ortaya çıktığı, Amerika Birleşik Devletleri ile politik ilişkilerinin iyi olduğu, NATO'ya üye olduğu, hatta Kore Savaşı'na Amerikalılarla beraber katıldığı göz önüne alınırsa; Amerika'nın çok üstün bir üniversitesinde Türk ulusu ile ilgili tutumların ısrarla olumsuz olması daha bir önem kazanmaktadır. Bu konu, bu araştırmaları yapan ve daha sonra gözden geçiren Amerikalı sosyal psikologlar tarafından da hayret verici olarak not edilmiştir (Dawes, 1972: 51; Karlins, Coffman ve Walters, 1969: 8).

Demek ki, kalıplaşmış tutumlar, kolay değişebilen sağduyulu tutumlar değildir. Bilişsel öğe bakımından eksikleri olan ve bu yüzden kalıp haline gelmiş olumsuz tutumlar, çeşitli propaganda ve duygusal etkilere açıktır. Batı'nın Kıbrıs olaylarında, Avrupa Birliği üyeliği başvurusuyla ilgili olarak takındığı tavırda, Amerika'da var olduğunu bu araştırmaların gösterdiği, Avrupa'da da var olduğunu tahmin edebileceğimiz Türklere karşı kalıplaşmış olumsuz tutumların da rolü büyüktür. Nitekim Avrupa'da da Türkler hakkında hem tarihte hem bugün olumsuz kalıplaşmış tutumlar bulunduğuna Tezcan (1974) değinmiştir. Gene Tezcan'ın sözünü ettiği bir araştırma ise (Bingemer, Meistermann-Seeger ve Neubert, 1972) önce Türkler hakkında kalıplaşmış olumsuz tutumları olan Almanların, Türklerle temas ettikten sonra bu tutumlarını değiştirdiğini göstermiştir.

Bu bulgu da, yerleşik kalıplaşmış tutumların çoğu zaman gerçek bilgi eksikliğini kapatıp kişiye basmakalıp bilgi sağlamaya yaradığını göstermektedir. Ayrıca, kalıplaşmış tutumun değişmesi için onu geçersiz kılacak gerçek bilgi –özellikle kişisel doğrudan deneyim– etkin bir etken olabilmektedir.

Türklerle ilgili kalıplaşmış tutumların hep böyle olumsuz olmadığı, Pakistan'da yapılan bazı araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır (Zaidi ve Ahmad, 1958; Zaidi, 1964; Hague, 1969). Üç ayrı dönemde Pakistan'ın çeşitli yerlerinde üniversite öğren-

cileriyle yapılan araştırma sonuçları Türkler hakkındaki tutumların olumluluğunu koruduğunu göstermektedir. Türkler hakkında belirtilen en belirgin (en yüksek yüzde ile verilen) özelliklerden sonra gelen diğer özellikler de olumludur. Bunlar şöyle sıralanmaktadır: Dindar % 27, İnançlı % 21, İyi kalpli % 19, Görevine bağlı % 18, Dürüst % 18, Doğru sözlü % 17, İdealist % 17. Demek ki Pakistanlı deneklerin Türkler hakkında % 100 olumlu bir kalıplaşmış tutumu vardır.

Özellikle dikkati çeken bir nokta, 1957 ile 1965 arasında Pakistan'ın Hindistan ile komşuluk ilişkilerinin bozulması ile paralel olarak, Pakistanlıların Hintliler hakkındaki tutumlarının gittikçe olumsuzlaşmasıdır. Bu bulgu, Muzafer Sherif'in (1961) daha önce sözü edilen görüşünü desteklemektedir. Şöyle ki, çıkar çatışması kalıplaşmış tutumları besler. Bu süre içinde Pakistan'ın onu destekleyen Türkiye, Suudi Arabistan, İran, Çin ve Endonezya hakkında olumlu tutumlar geliştirdiği görülmektedir. Başta düşman olarak görülen Hindistan olmak üzere Hindistan'ı destekleyen ülkeler hakkında ise olumsuz kalıp tutumlar belirmektedir. Demek ki, kalıplaşmış tutumlar, politik ve tarihsel olaylarla ve özellikle bu olayların *kamuoyuna aktarıldığı* oran ve şekillerle etkilenebilmektedir. Ayrıca ırk, din, dil, kültür benzerlikleri ya da farklılıkları kalıplaşmış tutumları belirleyici etkenlerdir. Örneğin, Pakistanlı deneklerin Malezya dışındaki diğer Müslüman uluslar hakkındaki kalıplaşmış tutumlarının olumlu olmasında dinin de önemli rolü vardır. Malezya'ya karşı olumsuz tutumlarının nedeni ise politiktir. Malezya, Pakistan-Hindistan anlaşmazlığında Hindistan'ı desteklemiştir.

Kağıtçıbaşı'nın (1973) Türk ve Amerikalı lise son sınıf öğrencileriyle yaptığı karşılaştırmalı bir araştırmada da kalıplaşmış tutumlara değinilmiştir. Ancak burada çeşitli uluslara atfedilen özellikler kullanılmamış, Lambert ve Klineberg (1967) araştırmasında olduğu gibi, deneklerin diğer ulusları kendilerine ne kadar benzer buldukları ve onları ne kadar sevdikleri üstünde durulmuştur.

Kağıtçıbaşı'nın (1973) araştırmasında, Türk deneklerin kendilerine en benzer gördükleri uluslar sırasıyla Pakistanlılar, İranlılar ve Almanlar olarak bulunmuştur. Bu üç ulusun bize benzerlik nedenleri kuşkusuz farklıdır. İlk ikisi için ortak din, üçüncüsü için ise tarihsel etkenler söz konusu olabilir. En az benzer olarak görülen ulus ise Ruslar olarak bulunmuştur.

Amerikalı denekler ise en çok Fransız ve İtalyanların, arkasından da Almanların kendilerine benzediğini belirtmişler; en az benzer olarak da Hintlileri göstermişlerdir.

Diğer ulusları sevme konusunda genellikle Türk öğrencilerin Amerikalı öğrencilerden daha fazla sevgi belirttikleri görülmektedir. Ayrıca Türk denekler kendilerine *benzer* buldukları uluslara sevgi de göstermektedirler. Amerikalı deneklerde ise böyle belirgin bir eğilim görülmemektedir.

Çeşitli ulusal gruplara karşı beliren kalıplaşmış tutumlarla ilgili incelemeler, bize tutumların gelişmesi ve durağanlığı hakkında etraflı bilgi sağlamaktadır. Bu bilgileri özetleyecek olursak:

- Kalıplaşmış tutumların küçük yaşlarda gelişmeye başladığını,

- Bu gelişmede politik, tarihsel, ekonomik, kültürel çeşitli etkenlerin rol oynadığını,
- Çoğunlukla kalıplaşmış tutumların başkalarından kulaktan dolma edinilen bilgilerle beslendiğini ve gerçek bilgi eksikliğini kapatma ve bilgi sağlayacağı kişi için gerçeği tanımlama görevini gördüğünü,
- Dolayısıyla, çoğu zaman akılcı olmaktan çok duygusal nitelik gösterdiğini,
- Nihayet bu özelliklerinin sonucu olarak kalıplaşmış tutumların kolay değişmeyip zaman içinde oldukça durağan olduğunu söyleyebiliriz.

Tutumların Ölçülmesi

Bir tutum doğrudan ölçülemez; ancak dolaylı olarak davranış yoluyla ölçülebilir. Bu ölçmede genellikle kullanılan davranış, sorulara cevap vermek ya da fikir belirtme şeklinde beliren sözel davranıştır.

Bu amaçla sosyal psikologlar çeşitli tutum ölçme teknikleri geliştirmişlerdir. Bu teknikleri iki bölümde toplayabiliriz: doğrudan ölçümler ve dolaylı ölçümler. İlk bölümdeki doğrudan ölçme tekniklerin temelinde yatan ölçme kavramları birbirinden oldukça farklıdır. Ancak burada, tekniklerin temelinde yatan ölçme kuramına girmeden, sadece bu teknikler hakkında kısa bilgi vereceğiz. İkinci bölümde, insanlara tutumları hakkında doğrudan soru sorarak değil, dolaylı yollardan tutumlar hakkında bilgi edinmeye yarayan teknikleri inceleyeceğiz

Doğrudan Ölçüm Teknikleri

Tutum ölçümlerinin çoğu doğrudan ölçüm sınıfına sokulabilir; zira genellikle tutum ölçümleri kişilerin kendi görüşlerini aktarmalarından oluşmaktadır ve bu ölçümlerde kişilerin bir obje ile ilgili görüşleri onlara doğrudan yönlendirilen sorulara verdikleri cevaplarla belirlenmektedir. Örneğin, eğer bir grup araştırmacı kişilerin kürtaja yönelik tutumları ile ilgileniyor olsalardı, şu tür bir soru sorabilirlerdi: "Kürtaja yönelik tutumunuz/görüşleriniz nelerdir?" Bu tür doğrudan yönlendirilen bir soruya kişinin verdiği cevap, o kişinin kürtaj hakkındaki tutumu olarak belirlenirdi.

Tutumları doğrudan ölçmek için birkaç yöntem vardır. Bunlardan bazıları; Thurstone ölçekleri, Likert ölçekleri, Guttman ölçekleri ve Duygusal anlam ölçeğidir. Bu bölümde sadece Likert ölçekleri ve Duygusal anlam ölçeği ayrıntılı olarak işlenecektir.

a) Likert ölçekleri (Toplamalı sıralama tekniği):

Likert ölçeği, tutumları ölçmek için kullanılan belki de en kolay ve direkt yöntemdir. Likert (1932) ölçek kurmak için gereken dört işlemi şöyle sıralamıştır:

1) Belli bir tutumla ilişkili olduğu tahmin edilen çok sayıda tutum cümlesi (madde) bir araya toplanır (bkz. Şekil 5.9).

2) Bu maddeler bir denek grubuna verilir. Deneklerin bu cümlelere beş kategori üzerinden tepki göstermeleri istenir: Örneğin, "Kesinlikle katılıyorum", "Katılıyorum", "Ne katılıyorum ne katılmıyorum", "Katılmıyorum", "Kesinlikle katılmıyorum".

3) Her denek için toplam puan hesaplanır. Yukarıdaki beş kategori sırasıyla 5, 4, 3, 2, 1 puan ağırlığı almak üzere, her kişinin bütün ölçek maddelerine verdiği cevaplar toplanarak toplam bir puan elde edilir.

4) En ayırıcı maddeleri seçebilmek için *madde analizi* yapılır. Madde analizi, her madde için, o madde üzerinden grubun aldığı puanların, grubun bütün ölçek maddeleri üzerinden aldığı toplam puanlarla korelasyonudur. Madde analizinde, tüm ölçek puanlarıyla yüksek korelasyon gösteren maddeler tutulur; diğerleri atılır. Likert ölçekleme tekniğinde en önemli nokta *tek boyutluluk*tur, yani bütün maddelerin aynı tutumu ölçmeleri gerekir. Madde analizi de işte bunu sağlamak için gereklidir. Tüm ölçek puanlarıyla yüksek korelasyon gösteren maddeler, tüm ölçeğin ölçtüğü şeyi ölçüyor, yani tüm ölçek boyutuna giriyor demektir.

Tablo 5.1.
Likert Ölçeği Örneği:
Rosenberg Kendine Güven Ölçeği'nin İlk 5 Sorusu

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. En az diğer insanlar kadar değerli olduğumu hissediyorum.	1	2	3	4	5
2. Bazı iyi özelliklerim olduğunu hissediyorum.	1	2	3	4	5
3. Her şeyi hesaba katınca "başarısız biriyim" hissine kapılıyorum.	1	2	3	4	5
4. Bazen kendimi kesinlikle işe yaramaz hissediyorum.	1	2	3	4	5
5. Kendime karşı pozitif bir tutumum var.	1	2	3	4	5

Bu şekilde, ölçek bazı maddelerden arındırıldıktan sonra ölçtüğü düşünülen tutumu ölçüyor olarak kabul edilir[5] ve tutumlarını ölçmek istediğimiz kişilere uygulanabilir.

Likert ölçeklerinde cümleleri hep aynı olumlu yönde yazmamak gerekir; çünkü hep aynı yönde yazılan cümleler insanların "evet" deme eğilimlerini kontrol etmemize olanak vermez. Beliren olumlu cevaplar, gerçek tutumları mı belirtiyor yoksa bir kısmı da "evet" deme eğiliminden mi ortaya çıkıyor bilemeyiz. Bundan dolayı yarısı olumlu, yarısı olumsuz yönde yazılmış cümlelerden oluşan *dengeli* ölçekler kullanılır. Bu dengeleme tekniği ile "evet" deme eğiliminin etkisi ortadan kalkar.

b) Duygusal anlam ölçeği:

Şimdiye kadar incelediğimiz Likert ve daha önce kısaca bahsettiğimiz Thurstone ve Guttman ölçekleri tutum ölçmede kullanılagelmiş temel ölçeklerdir. Bunların dışında yaygın olarak kullanılan bir teknik, Osgood tarafından geliştirilen *duygusal anlam ölçeği (*Semantic Differential*)*dir (Osgood, 1971).

Bu teknikte pek çok sayıda sıfattan belirli sıfat çiftleri türetilmiştir. Çok sayıdaki sıfatın faktör analizi, üç ayrı faktörü ortaya çıkarmıştır. Bunlar *değerlendirme*, *güç* ve *faaliyet* faktörleridir. Örneğin, iyi-kötü, temiz-pis, güzel-çirkin gibi sıfat çiftleri değerlendirme boyutuna girer. Güç boyutuna şu tür sıfat çiftleri girer: sert-yumuşak, ağır-hafif. Faaliyet faktörü ise hızlı-yavaş, sıcak-soğuk ve aktif-pasif gibi sıfatlarla ölçülebilir.

Duygusal anlam ölçeği kullanılarak pek çok kavramın *duygusal* anlamı ölçülmüştür. Bu teknik, uluslararası karşılaştırmalı ölçmeye de çok uygundur. Bu yolla çeşitli kültürlerin çeşitli olay, obje ve kavramlara verdikleri değerler karşılaştırılabilir. Örneğin, Osgood (1971) öğretmen, eğitim ve sınav kavramlarının değerlendirme boyutu üzerinde Yugoslavya dâhil Batı ülkelerinde oldukça düşük değer gösterdiğini, Türkiye dâhil doğu ülkelerinde ise çok yüksek olarak değerlendirildiğini bulmuştur. Bu Doğu ülkeleri arasında tek istisna Japonya'dır. Bu sonuç, gelişmekte olan ülkelerde sosyal hareketlilik ve saygınlık için eğitimin önemi ile ilgili görünmektedir.

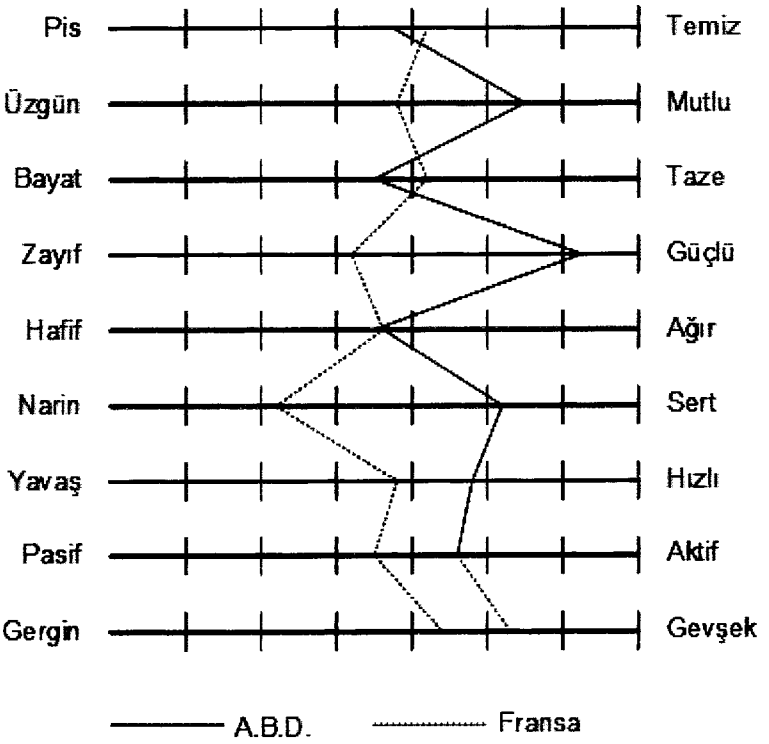
Bu son noktalar temelde tüm tutum ölçme teknikleri için söz konusudur. Tutum ölçülmesi için bir ölçek geliştirilirken çok dikkatli olunması, tutum ölçecek cümlelerin iyi seçilip hakemlere danışılması, madde analizi yapılması, geçerlik ve güvenilirlik testlerinin gerçekleştirilmesi gerekir.

Bütün bu tutum ölçekleri insanlara doğrudan soru sorarak onlardan bazı cevaplar almaya dayanır. İyi hazırlanmış ölçekler bunda başarılı sonuçlar elde eder. Tutum psikolojisi, hatta sosyal psikolojideki gelişmeler bu yöntemsel başarılara dayanmıştır.

---

[5] Aslında bir ölçeğin ölçmesi gereken tutumu gerçekten ölçüp ölçmediğini, yani *geçerlik* derecesini saptayabilmek için başka tekniklere de başvurmak gerekir. Ancak geçerlik ve onunla bir arada ele alınan güvenirlik kavramları ve bunların ölçülmesi konumuz dışına çıkan teknik konular olduğu için burada incelemeyeceğiz.

Şekil 5.9
Duygusal Anlam Ölçeği Örneği:
Amerikalı Üniversite Öğrencilerinin ABD ve Fransa Hakkında Sıralamaları*



Lindgren, 1973.

Ancak bu tekniklerin bir sakıncası vardır, o da, insanlara soru sorarken onların dikkatlerini soru-cevap ortamına çekerek verdikleri cevapları etkileyebilmesidir. Böylece, cevapların gerçek tutumları yansıtıp yansıtmadıkları daima bir sorun olarak ortadadır. Ölçeklerin dikkatle geliştirilmesi ve uygun ortamda uygulanması bu sorunu azaltabilir. Bu sorunu azaltabilecek bir başka yol da, dolaylı ölçümlerin kullanılmasıdır. Şimdi bu teknikleri inceleyelim.

Dolaylı Ölçüm Teknikleri

Ölçekler ne kadar dikkatli geliştirilirse geliştirilsin, tutum ölçmek için sadece insanlara soru sorma yoluna başvurulması yeterli olmayabilir. Özellikle kültürlerarası araştırmalarda aynı tutum ölçeğinin farklı kültürlerde kullanılarak karşılaştırılmasında, insanların, anketi uygulayanın gözünde nasıl gözükmek istedikleri konusu bir

sorun olarak belirebilir. Örneğin, bazı kültürlerde insanlar sosyal beğenilirlik olgusundan dolayı Likert ölçeğindeki sorulara düzenli olarak daha yüksek puanlarla cevap verebilirler (Moghaddam, Taylor ve Wright, 1993).

İnsanların özellikle sosyal beğenilirlik olgusundan dolayı sorulara dürüst yanıtlar vermemelerinden ötürü, dolaylı ölçüm yollarının denenmesi önerilmiştir. Bu dolaylı ölçüm tekniklerinde, yapılan ölçüm gizli tutulmaktadır ve kişi otomatik süreçlerle cevap vermektedir. Davranış gözlemi ve Örtük Çağrışım testi dolaylı ölçüm teknikleri içinde en yaygın olarak kullanılan tekniklerdir.

Örneğin, homoseksüel bireylere ilişkin tutumları ölçen bir örtük çağrışım testinde araştırmacılar, katılımcılardan ekranda sırayla beliren, bazıları homoseksüel bazıları ise heteroseksüel bireyleri temsil eden görüntüleri, güzel-çirkin, iyi-kötü gibi zıt kategorilere ayırmalarını isterler. Katılımcıların görüntüleri grupladıkları kategoriler ve gruplandırma işlemindeki hızları araştırmacılara katılımcıların tutumları hakkında bilgi verecektir. Şöyle ki; katılımcılar sosyal beğenilirlik etkisi ile homoseksüel bireyleri iyi, güzel vb kategorilere koysalar bile, homoseksüel bireylere karşı olan örtük olumsuz tutumları bu gruplandırmayı yaparken daha çok zaman harcamalarına neden olacaktır. Böylece araştırmacılar, sosyal beğenilirliğe rağmen, katılımcıların tepki verme sürelerini inceleyerek homoseksüel bireylere ilişkin tutumları daha doğru bir şekilde tespit edeceklerdir.

Örtük çağrışım testlerinin nasıl olduğunu görmek ve kendiniz denemek isterseniz belirtilen adresten testlere ulaşabilirsiniz (https://implicit.harvard.edu/implicit/turkey/takeatest.html).

Tutum Değişimine Kuramsal Yaklaşımlar

Şimdiye kadar, tutumların ne olduğunu, özelliklerini, öğelerini, tutum-davranış ilişkilerini, tutumların gelişmesi, kalıplaşmasını ve ölçülmesini inceledik. Şimdi ise tutumlara ve özellikle tutum değişimine çeşitli kuramsal yaklaşımları gözden geçireceğiz.

Bu kuramsal yaklaşımları gereğince anlayabilmek için tutum kavramının sosyal psikoloji içindeki gelişmesini anlamak önemlidir, bunun için bu bölümün sonundaki okuma parçası faydalı olacaktır.

Tutumlara, özellikle tutum değişimi sorununa eğilen çeşitli araştırmalar dört farklı kuramsal yaklaşım kullanmışlardır. Bunlar işlevsel kuramlar, öğrenme kuramları, sosyal yargı ve tutarlık ya da denge içeren bilişsel kuramlardır. Bu kuramsal yaklaşımları şimdi inceleyeceğiz. Bu kuramsal yaklaşımların uygulandığı bazı örnek araştırmalar ise bir sonraki İletişim, Propaganda: Tutum Değiştirme Süreci bölümü (Bölüm 6) çerçevesinde ele alınacaktır.

İşlevsel Kuramlar

Tutum gelişimine ve değişimine bir önemli kuramsal yaklaşım işlevselidir. Bu yaklaşımı, ilk olarak Smith, Bruner ve White (1956) ve Katz (1960) "Kişinin tutumları ne işe yarar?" sorusuyla belirlemişlerdir. Bu ele alışa göre, kişi bir tutumu belirli bir nedenle geliştirir, yani tutum onun bir gereksinimini karşılar. Dolayısıyla, bu gereksinim ortadan kalkarsa, tutuma da gerek kalmaz ya da yeni bir gereksinim söz konusu olursa, tutumda da aynı doğrultuda bir değişme görülür.

Tutum değişimine işlevsel yaklaşımda, kişilik gereksinmelerine ve temel güdülenmeye odaklanılarak, tutumlar daha geniş bir çerçeve içine yerleştirilir. Bu yüzden işlevsel yaklaşımlar fenomenolojik kuramlardır. Özellikle, *Yetkeci Kişilik* (Adorno ve ark., 1950) araştırması bulguları, işlevsel kuramların gelişmesine katkıda bulunmuştur.

Yetkeci (Otoriteryen) kişilik kuramı ön yargılı ırk ayırımı tutumunu ele alarak bunu kişiliğin derinine inen bir eğilim olarak kabul etmiştir. Bu kurama göre, erken çocukluk çağında sevilmeme, hor görülme gibi ego (benlik) yıpratıcı yaşantılar, kişide kendini hor görme eğilimi geliştirir. Ancak, kişinin kendini değersiz bir kimse olduğunu kabullenmesi çok kaygı verici bir durum olduğundan, kişi ego-savunma mekanizmaları kullanarak kendisinin değersiz olduğu inancını bilinçaltına bastırır.[2] Ayrıca yansıtma yoluyla, hor görmeyi kendinden başkasına yöneltir. Yani kendini değil, başkalarını değersiz olarak görmeye başlar, onlara karşı nefret ve saldırganlık duyguları geliştirir. Bu başkaları da genellikle toplumun hor gördüğü dış gruplardır, çünkü bunlara karşı saldırganlığı toplum onaylar.

Bu durumda, kişinin önyargılı ayrımcı tutumu, aslında kendinin de farkında olmadığı bir gereksinimi karşılamaktadır. Bu gereksinim, yıpranmış olan egosunu tamir etmek, yükseltmektir. Kişiliğin derininde yatan bu tür bir gereksinim kolay kolay ortadan kalkamayacağı için, böyle bir gereksinimi tatmin eden bir tutum da kolay değişmeyecek demektir. Gerçekten de araştırmalar bu tür tutumların, kişiye tutum objesi hakkında olumlu bilgi verme gibi mantıklı yollarla değiştirilemediğini göstermektedir.

Bu incelemeleri ve onları izleyen benzer yaklaşımlı çalışmaların bulguları, tutumların rastgele oluşmadığı, kişi için önemli işlevler (görevler) gördüğü gerçeğini ortaya koymuştur. İşlevsel tutum değişimi kuramları tutumların ne gibi işlevleri olduğu konusunda farklı öneriler getirmişlerdir. Burada, işlevsel tutum değişimi kuramlarının öncelikle üzerinde durduğu 4 ana işlevi (Tesser ve Shaffer, 1990) inceleyeceğiz.

1. Tutum objesi ile ilgili bilgi sağlayıcı işlev:

Kişinin tutumu, ona tutumunun objesi hakkında bilgi sağlar. Her tutum kişi tarafından kendi deneyleri, sınama ve yanılmaları sonucu elde edilmez; çoğu zaman tutumlar başkalarının tutumlarından öğrenilir. Böylece o tutum objesi hakkında kısa

[2] Bu mekanizmalar Freudcu psikanalitik görüşe göre bilinçaltında oluşur ve kişinin egosunu savunucu, yükseltici rol oynar.

yoldan özet bilgi edinilmiş olur. Daha önce kalıplaşmış tutumları incelerken, bu tutumların kişi için bilgi sağlayıcı, gerçeği tanımlayıcı işlevini ele almıştık. Üçüncü bölümde de, uyma davranışının incelenmesinde aynı işlev üstünde durmuş ve özellikle benimseme için bunun önemini belirtmiştik.

2. Kişinin başkalarıyla olan iyi ilişkilerini destekleme işlevi:

Kişinin ait olduğu aile, arkadaş vb. gibi gruplar tarafından kabul edilebilmesi için o grupların değer verdiği tutumları kabullenmesi gerekir. Bu gerçeği bundan önceki bölümlerde özellikle uyma davranışı çerçevesinde etraflıca inceledik. Yani, kişinin tutumları, onun sosyal ilişkilerini sağlamlaştırır. Kişi, önem verdiği arkadaş grubunun tutumuna ya da normuna, benimseme, özdeşleşme ya da itaat mekanizmalarından birini kullanarak uyar. Böylece kişinin bu tutumu, onun değer verdiği kimseler tarafından kabul edilmesini sağlar.

3. Dışa atma ya da ego savunma işlevi:

Yukarıda yetkeci kişilik kuramının yaklaşımı incelenirken bu işlevi de inceledik. Özetle, bu işleve sahip bir tutum, kişinin bilinçaltı bazı sorunlarını çözümleme gereksinmesini karşılar. Kişi, kendi egosunu (benliğini) kendi gözünde yükseltmek için kendinde kabullenemeyeceği olumsuz özellikleri başkalarına atfeder.

Bu tür bilinçaltı ve duygusal gereksinmelere cevap veren tutumların mantığa dayanan, tutum objesi hakkında bilgi sağlayan iletişime kapalı olacağını, bu çeşit etkileyici iletişimle kolay kolay değişmeyeceğini daha önce belirtmiştik. Dışa atma ya da ego savunma işlevine sahip bir tutumun değişebilmesi için temelindeki kişilik sorununun çözümlenmesi zorunludur. Bu da bazı hallerde psikoterapi gerektirebilir.

4. Değer ifade etme işlevi:

Değer ifade etme işlevi, insanların kendi imaj ve kişisel değerleri hakkındadır ve insanların temel değerlerini ifade etme gereksinimlerinden doğar. Bu işlev insanların benlik kavramlarının ana yönlerini ve kendi temel değerlerini olumlu ifade edebilmelerini sağlar. Örneğin, Kemal evsizlere yardım eden bir dernekte gönüllü olarak çalışmaktadır ve kendi yaptığı bu gönüllülüğe karşı olumlu bir tutuma sahiptir; çünkü bu gönüllülük Kemal'in kendi benlik kavramı için çok önemli olan sosyal sorumluluk değerini ifade edebilmesini sağlamaktadır. Ayrıca bu önemli tutumların ifade edilmesi Kemal'in kendini anlamasını ve ifade edebilmesini de pekiştirir.

İşlevsel kuramlar, bundan önce ele aldığımız tutarlılık kuramları gibi, belirli bir davranışın kesin ön tahminini yapmaya yönelmiş değildir. İşlevsel kuramlar daha ziyade, tutumların gelişmesinin ve değişmesinin karmaşık nedenlerine ışık tutan kavramsal çerçevelerdir. Bu bakımdan Kelman'ın (1961) uyma davranışının temelinde yatan benimseme, özdeşleşme ve itaat mekanizmaları da işlevsel bir tutum değişimi kuramı olarak nitelendirilebilir. Çünkü bu yaklaşım da ne zaman ve hangi nedene bağlı olarak uyma davranışı çerçevesinde tutumların değişebileceği konusunda bize bilgi sağlamaktadır.

Öğrenme Kuramları

Genellikle öğrenme kuramları akademik deneysel psikoloji içinde gelişmiş, tutum değişimi konusuna uzak kalmıştır. Bununla beraber, 1940'lardan itibaren iletişim ve propaganda olayı laboratuvar deneyi yöntemiyle incelenmeye başlanmıştır (örneğin, Hovland, Janis ve Kelley, 1953). Bu araştırmalarda ilk defa öğrenme kuramlarının genel bir şekilde tutum değişimine uygulandığını görüyoruz. Bu ele alışlarda belirli bir öğrenme kuramını ispatlama ya da çürütme gibi çabalar yoktur. Bunun yerine, genellikle davranışçılık ekolü etkisinde uyaran-tepki süreci, tutum değişimini incelemek için elverişli bir çerçeve olarak ele alınmış ve öğrenme kavramları kullanılmıştır. Şöyle ki, iletişim kaynağının (propagandacının) özellikleri, iletişimin kendi özellikleri, ortamın özellikleri ve iletişim hedefinin (dinleyicinin) özellikleri bağımsız değişkenler olarak, hedefteki tutum değişimi de bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Bu durumda, örneğin iletişim kaynağının (propagandayı yapanın) özellikleri *uyaran*, iletişimin hedefi etkileme derecesi (kişide yarattığı tutum değişimi) ise *tepki*dir. Böylece, tutum değişimi bir öğrenme süreci olarak ele alınmaktadır. Eski tutumun yerine yeni bir tutum öğrenilmektedir. Bir sonraki bölümde etraflıca incelenen araştırmaların hepsi öğrenme kuramı çerçevesinde yapılmıştır. Bu araştırmalar altıncı bölümde detaylıca ele alındığı için burada ayrıntılara girmeyeceğiz. Bu araştırmalarda öğrenme kavramları, çalışmaları tutarlı bir temele oturtmak, akademik deneysel psikolojiyle ilişki sağlamak ve bulguları belirli bir çerçeve içinde yorumlamak için kullanılmıştır.

Bu tür etkileyici iletişim çalışmalarından başka, klasik şartlanma ile de tutum geliştirme deneyleri yapılmıştır (Staats ve Staats, 1958). Ayrıca, olumlu pekiştirme (ödüllendirme) yolu ile de, bireylerde tutum geliştirilmiştir (Scott, 1957). Bu gibi araştırmalar da, öğrenme ilkelerine göre tutum geliştirme ve değiştirmenin mümkün olduğunu göstermiştir. Uyaran, tepki, pekiştirici, genelleme vb. gibi öğrenme kavramları, özellikle etkileyici iletişimle, tutum değişimi konusunda başarı ile uygulanmıştır.

Sosyal Yargı Kuramı

Bir şeyi sevmek, sevmemek, ondan hoşlanmak, hoşlanmamak, o şey hakkında bir yargıya sahip olmayı gerektirir. Demek ki, akademik psikolojinin ilk çalışmalarından olan psikofizik deneylerde kullanılan yargı kavramı tutumlara da uygulanabilir.

Basit bir psikofizik deneyi örneği ile durumu açıklayalım. Bir kişinin bir eli sıcak su dolu bir kap içinde diğeri de soğuk su dolu bir kap içinde bir müddet tutulur. Sonra her iki elini de içinde ılık su olan bir kaba sokarsa, bu suyu aynı anda hem sıcak hem de soğuk olarak algılayacaktır. Bu tuhaf yargıyı meydana getiren, *kontrast (zıtlaştırma)* olgusudur. Bu psikofizik olaydan benzetme yoluyla sosyal olayların algısına geçebiliriz. Politik alandan bir örnek verecek olursak, sol fikirleri içeren bir iletişim, sağ politik görüşe sahip Ahmet'e, ılımlı bir görüşe sahip Mehmet'e göründüğünden daha aşırı sol olarak görünecektir. Burada da bu yargının temelinde *kontrast* mekanizması vardır. Bunun tersi de söz konusudur; şöyle ki, aynı iletişim, Mehmet tarafın-

dan kendi görüşüne daha benzer (yakın) olarak görülecektir. Burada da *benzetme* mekanizması işlemektedir. Bu kavramlara da altıncı bölümde, iletişim ile dinleyicinin görüş farkı konusunda etraflıca değineceğiz.

Sosyal yargı kuramını etkileyici iletişim çerçevesinde geliştiren Sherif ve Hovland (1961) kişinin kendi görüşüne ne kadar kuvvetle bağlı olduğunu da, önemli bir etken olarak belirlemişlerdir. Şöyle ki, yargı kuramına göre, kuvvetle bağlanılan bir tutumun kendinden farklı görüşleri red alanı, kabul alanından daha geniştir. Yani kontrast mekanizmasını kullanarak o görüşleri kendi görüşünden daha da farklı görüp reddetme olasılığı daha fazladır. Buna karşılık, fazla kuvvetle bağlanılmamış olan tutumların, farklı görüşleri kabul alanı red alanından daha geniştir; yani benzetme mekanizmasını kullanarak o görüşleri kendi görüşüne gerçekten olduğundan daha da benzer görüp kabul etme olasılığı daha fazladır (bkz 6. Bölüm).

Çeşitli laboratuvar deneyleri, yargı kuramını destekleyici bulgular sağlamışlardır. Bununla birlikte bu kuram bugün için tutum değişimi hakkında, belirli ölçülebilir ön tahminler yapmaktan çok, tutum değişimini anlamak için kullanılan bir genel çerçeve durumundadır.

Tutarlılık Kuramları

1960'lardan itibaren en çok araştırmaya yol açan tutum değişimi kuramsal çerçevesi "tutarlılık"tır. Bu temel kavramı kullanan çeşitli tutum değişimi kuramları genelde bilişsel kuramlardır, ama güdülenme ile de bağlantılıdırlar. Bunları bu bölümde inceleyeceğiz.

Bundan önceki bölümde tutumları incelerken de gördüğümüz gibi tutumlar tutarlılığa yönelirler. Bu tutarlılık hem tutum öğeleri arasında, hem de kişinin sahip olduğu çeşitli tutumlar arasında söz konusudur. Hatta genellikle insan düşünüşünün ve davranışının tutarsızlıktan kaçıp tutarlı olmaya yöneldiğini söyleyebiliriz. Örneğin, birisini seversek, ona iyi özellikler atfederiz ve onun hakkında söylenen kötü sözlere direnç gösteririz.

Davranışlarla tutumlar arasında da genellikle tutarlılık söz konusudur. Bundan önceki bölümde, tutumlarla davranışlar arasındaki tutarsızlığı gösteren bazı araştırmaları ele almıştık (LaPiere, 1934; Kunter, Wilkins ve Yarrow, 1952; Minard, 1952). Ancak, tutum ile davranış arasında görülebilen tutarsızlık, beklenmeyen bir durum ya da ortamsal etkenlerle açıklanması gereken bir sorun olarak ele alınmalıdır. Daha doğal olan durum ise, gerçek hayatta genellikle görülen tutum-davranış tutarlılığıdır.

Bu saydıklarımız, sosyal psikoloji içinde tutarlılık kavramının yerleşmesine bir başlangıç teşkil etmekle birlikte, tutarlılık kuramlarını başlatan esas olarak Heider'dir. Heider, tutarlılık kuramlarının ilki olan *denge* kuramını geliştirmiştir. Denge kuramının diğer bazı tutarlılık kuramlarının gelişmesinetemel teşkil ettiğini görüyoruz. Bu bölümde bunlardan bir kaçını ele alıp inceleyeceğiz.

İnceleyeceğimiz kuramlar, Heider'in *denge* kuramı (Balance Theory); Rosenberg ve Abelson'un *bilişsel dengeleme* kuramı (Cognitive Balance Theory) ve Festinger'in

bilişsel çelişki kuramıdır (Cognitive Dissonance Theory). Bunlardan ilk ikisi genellikle denge kuramları olarak bilinirler ve birbirlerine oldukça yakındırlar. Bunlardan başka denge kuramları da vardır, ancak burada sadece bu iki temel denge kuramını inceleyeceğiz. Bilişsel çelişki kuramı ise, diğerleri gibi bir tutarlılık kuramı olmakla birlikte, onlardan ayrıldığı yönler vardır. Bu kuram, ayrıca, tutum değişimi konusunda sosyal psikolojide pek çok sayıda araştırmaya ve kuramsal tartışmaya yol açtığından, bu kuramı daha geniş bir şekilde inceleyeceğiz.

a) Heider'in Denge Kuramı:

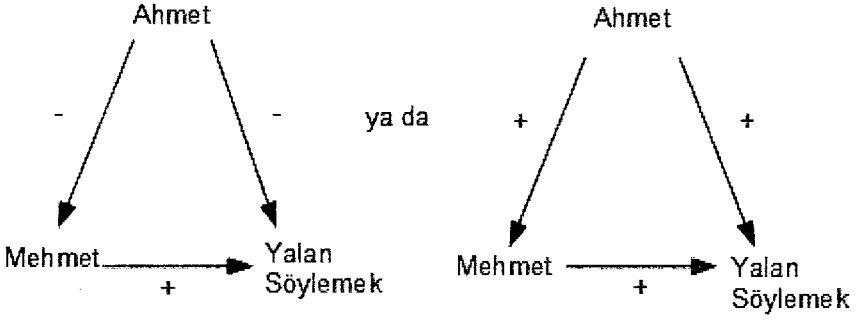
Heider (1946, 1958), denge kuramını özellikle kişilerarası algı çerçevesinde geliştirmiştir. Kişilerarası algı olayını en basite indirgeyen Heider, bir kişinin (k), bir diğer kişi (d) ve bir tutum objesi (o) ile ilişkilerini incelemiştir. Bu incelemede, durum, söz konusu olan kişinin görüş açısından ele alınmaktadır. Yani kişinin zihninde var olduğu varsayılan durum, kurama yansıtılmaktadır, bundan dolayı kurama fenomenolojik diyoruz.

Heider, bu üç birim arasında iki tür ilişki önermiştir. a) Sevme-sevmeme (tutum) ilişkisi ve b) birlikte olma (ait olma)-olmama ilişkisi. Her iki ilişki de olumlu (+) ya da olumsuz (–) olabilir; ancak ilişkinin derecesi üstünde durulmamıştır.

k–d–o üçlüsündeki her üç ilişki de (k ye göre) olumluysa ya da ilişkilerin ikisi olumsuz biri olumluysa, k'nin zihninde denge durumu var demektir. İki ilişki olumlu, bir ilişki olumsuzsa ya da her üç ilişki de olumsuzsa, k için dengesiz bir durum söz konusudur. Dengesizlik durumu ise kişi için rahatsızlık vericidir ve kişi bu rahatsız durumdan kurtulmak ister.

Bir örnekle açıklayalım: Ahmet (k), arkadaşı Mehmet'i (d) çok sever, beğenir (+ tutum ilişkisi); Ahmet aynı zamanda yalandan (o) nefret eder (– tutum ilişkisi) ve Ahmet, Mehmet'in yalan söylediğini (+ aidiyet ilişkisi) öğrenir. Bu durum Ahmet'i rahatsız edecektir; çünkü dengesiz bir durumdur. Şekil 5.10 ile gösterecek olursak:

Şekil 5.10
Heider'in Denge Kuramı



Ahmet'in durumunu tekrar ele alacak olursak, Ahmet'in bu dengesizlikten kurtulması için ya Mehmet hakkındaki tutumunu değiştirip onu artık beğenmemesi; ya da yalan söylemek konusundaki tutumunu değiştirip yalan söylemenin kötü bir şey olmadığına kendini inandırması gerekir; şöyle ki: bu tutum değişikliklerinin herhangi biri dengeyi sağlayabilecektir.

Üç olumsuz ilişki neden dengesizdir? Bir örnek verelim: Ahmet, Ali'yi sevmemektedir. Ahmet komünizme de karşıdır. Peki, ya Ahmet sevmediği Ali'nin komünizme şiddetle karşı olduğunu öğrenirse Ahmet için bu durum dengeli midir? Hayır, çünkü sevilmeyen kötü bir insanın kötü bir fikre sahip olması beklenir, hayran olunacak bir fikre sahip olması beklenmez; eğer böyle iyi bir fikre sahipse o kadar kötü bir kişi de olmamalıdır, yani, burada da Ahmet dengesiz bir durumla karşılaşacak ve Ali hakkındaki tutumunu değiştirmeye doğru bir baskı hissedecektir. Üç olumsuz ilişkinin dengesizliği buradan çıkmaktadır.

Bu örneklerden de görüldüğü gibi, Heider sadece olumlu ve olumsuz ilişkileri ele almakta, derecelerden söz etmemekte, ya hep ya hiç tutum değişimi önermektedir. Bu yetersizlikler, daha sonra gelişmiş olan bazı kuramlarda giderilmiştir. İleride bunlara değineceğiz; ancak burada Heider'in kuramının ne denli önemli olduğunu vurgulamakta yarar vardır. Heider, psikolojide genellikle varsayılan bir fikri, yani tutarlılığı, görgül denemeye uygun bir hale sokarak sosyal psikolojik çerçeveye oturtmuş, böylece de tutumlar konusunda çok verimli bir çığırı açmıştır.

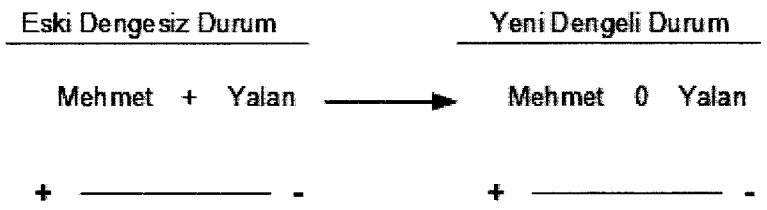
b) Rosenberg ve Abelson'un Bilişsel Dengeleme Kuramı:

Rosenberg ve Abelson (1960), Heider'in denge kuramını biraz daha geliştirerek uygulamışlardır. Bu kuramda birbirleriyle ilişki halinde olan üç öğe olumlu ya da olumsuz olarak da nitelendirilmektedir. Ayrıca, öğeler, olumlu (+) olumsuz (–) ve nötr (ilgisiz = 0) bağlarla bağlı olabilirler. Olumlu ve olumsuz ilişkilerin yanında nötr ilişkiye de yer verilmesi önemlidir.

Yukarıda ele aldığımız Ahmet'in sevdiği arkadaşı Mehmet'in yalan söylemesi ile ilgili dengesiz durumu tekrar dengeli hale getirebilmek için Heider'in ne önerdiğini hatırlayalım. Heider bu durumda denge sağlamak için ya Mehmet'e karşı beslenen olumlu tutumun olumsuz hale gelmesini ya da yalana karşı duyulan olumsuz tutumun olumlu hale gelmesini önermişti. Yani Heider için tutumlar arasında dengesizlik söz konusu olduğu zaman, tutum değişimi dengesizlikten kurtulup dengeyi sağlamak için esas çıkar yoldur.

Rosenberg ve Abelson ise, dengeyi sağlamak için tutum değişiminden başka yolları da etraflıca incelemişlerdir. Örneğin, yukarıdaki durumda, Ahmet, Mehmet'in gerçekten yalan söylediğine inanmayabilir ya da bu olayı düşünmemeye çalışılır, aklına getirmez ya da reddeder. Bu davranışlarla, Ahmet, Mehmet'le yalan arasındaki olumlu ilişkiyi nötr (0) ilişki haline getirir, böylece de kendi zihninde tekrar bir denge durumu sağlamış olur:

Şekil 5.11
Reddetme ile Dengenin Sağlanması



Demek ki, herhangi bir öğenin + veya – değerini değiştirmeden, yani o öğeye karşı tutum değişimi oluşturmadan denge sağlamak bu kuram çerçevesinde mümkündür.

Bilişsel dengeleme kuramında dengeyi sağlamak için bir başka çözüm yolu daha vardır. Bu çözüm, bir öğeyi ayrıştırmaktır.

Ayrışma çözümünü bir örnekle ele alalım: Ali bir kız arkadaş edinmek istemekte, aynı zamanda da okulda iyi notlar almayı arzu etmektedir. Ancak Ali, kız arkadaş edinirse zamanını ona vereceğinden, bunun iyi not almasına engel olacağını düşünmektedir. Böylece dengesiz bir durum ortaya çıkmaktadır:

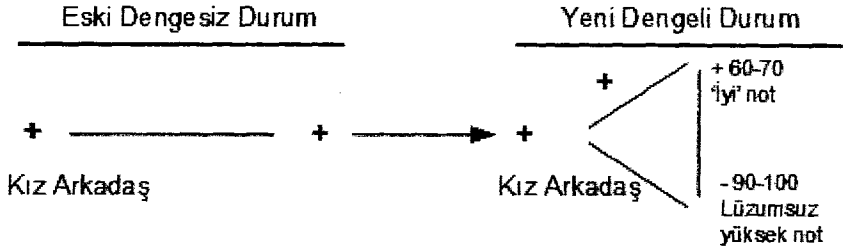
Şekil 5.12
Bilişsel Dengeleme Kuramı

Ali öğelerden birini ayrışmaya tabi tutarak dengesizlikten kurtulabilir. Örneğin Ali, şimdiye kadar iyi not deyince 90-100 gibi notları düşünürken şimdi bunu lüzumsuz, 60-70 i ise yeterli derecede iyi olarak yeniden tanımlayabilir. Böylece kız arkadaşı olması 90-100 almasına engel olacak; fakat 60-70 almasına engel olmayacaktır, bu notlar da iyidir (bkz. Şekil 5.13).

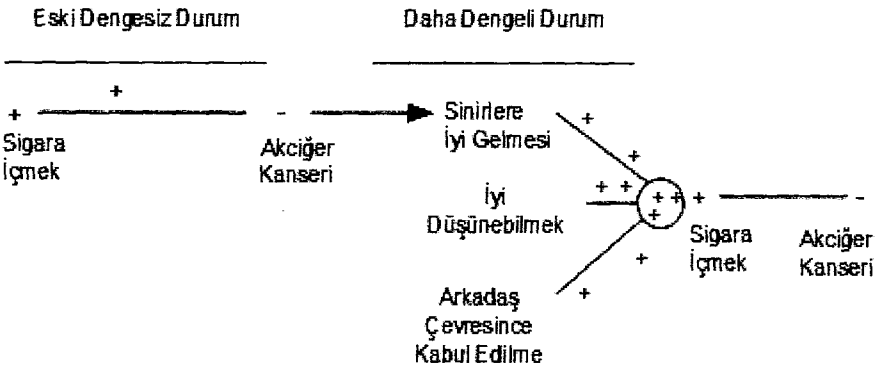
Dengeyi sağlamak için bilişsel dengeleme kuramında öne sürülen bir diğer çözüm yolu da, öğelerden birini güçlendirmektir (Abelson, 1959). Örneğin sigara içen, sigaradan hoşlanan Ayşe, aynı zamanda sigaranın akciğer kanserine yol açtığını da bilmektedir. Bu dengesiz durumu tam olarak dengeli bir hale getiremese de dengesizliğin önemini azaltmak, *güçlendirme* işlemiyle mümkün olabilir. Şöyle ki, Ayşe sigara içmenin diğer bazı olumlu öğelerle olumlu ilişkilerini düşünerek sigara içme öğesinin olumluluğunu güçlendirebilir. Böylece, göreli olarak dengesiz durumun önemini azaltır. Örneğin, Ayşe, sigara içmenin sinirlerine iyi geldiğine, çalışırken daha iyi düşün-

mesini sağladığına ve arkadaş çevresine uymak için gerekli olduğuna inanabilir, böylece sigara içme öğesi için yeni olumlu ilişkiler kurabilir. Böyle bir durumda, dengesiz durum Ayşe için eski önemini kaybedecektir (bkz. Şekil 5.14).

Şekil 5.13
Ayrıştırma ile Dengenin Sağlanması



Şekil 5.14
Güçlendirme ile Dengesizliğin Öneminin Azaltılması



Bu örneklerden de görüldüğü gibi, Rosenberg ve Abelson'un bilişsel dengeleme kuramı, Heider'in denge kuramından daha esnektir. Çünkü dengesizlikten kurtulabilmek için herhangi bir öğeye karşı

- sahip olunan tutumu değiştirmek (+ dan – ye; ya da – den + ya),
- dengesiz ilişkiyi reddetmek (+ dan 0'a; ya da – den 0'a),
- ayrışma tepkisi, ya da
- güçlendirme tepkisi seçeneklerini ortaya koymuştur.

Bu çeşitli çözüm yollarının hangisinin kişi tarafından seçileceği konusunda, hangi yol daha kolaylıkla dengeyi sağlayabilecekse, o yol izlenir denilmektedir. Gerçekten bir deneyde, çeşitli tutarsız ilişkilerle dengesiz bir durum ortaya çıktığı zaman, deneklerin en az değişiklik içeren çözümleri benimsedikleri gözlenmiştir (Rosenberg ve Abelson, 1960). Bu bulgu bize, bilişsel dengeleme kuramının, davranış ön tahminini Heider'in denge kuramına göre daha başarıyla yaptığını göstermektedir.

Ayrıca Rosenberg ve Abelson'un bilişsel dengeleme kuramı, Heider'in k–d–o üçlüsünün dışında daha çok sayıdaki ilişkileri de içerebilmektedir. Bu da denge kuramının uygulamasının genişlemesi bakımından olumlu bir gelişmedir.

Festinger'in Bilişsel Çelişki Kuramı

Bilişsel çelişki kuramı da bir tutarlılık kuramıdır; ancak Festinger (1957) tarafından ilk ortaya atıldığından beri üzerinde çok çalışılmış, tartışılmış ve bu kuram çerçevesinde yüzlerce araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu bakımdan üstünde önemle durulması gerekir.

Festinger'e göre eğer kişinin sahip olduğu bir inanç, bilgi ya da tutum yine o kişinin sahip olduğu bir başka inanç, bilgi ya da tutumla çelişirse, bu iki inanç, bilgi ya da tutum arasında bilişsel çelişki vardır. Örneğin: "Bugün hava güneşli." bilgisiyle "Ben bir yağmurluk giyiyorum." bilgisi böyle çelişki içinde olan iki bilgidir. Bu çelişki, görüldüğü gibi, mantıksal değil, psikolojiktir. Ya da sık sık örnek olarak verilen şu bilişsel çelişki durumunu ele alalım: "Sigara akciğer kanseri yapar." ve "Ben bir sigara tiryakisiyim." Kurama göre bu tür bilişsel çelişkiler kişiye sıkıntı veren durumlar olduğundan, kişide bu çelişkiden kurtulmak için bir *güdülenme* meydana gelecektir. Başka bir deyişle, çelişki durumunun varlığı, kişinin bundan kurtulmaya çaba sarf etmesi için yeterli bir güdüdür.

Festinger, herhangi bir durumda kişinin tecrübe ettiği bilişsel çelişkiyi, söz konusu çelişen bilgilerin sayısının ve öneminin, uyuşan bilgilerin sayısına ve önemine oranı olarak ele almaktadır, şöyle ki:

$$\text{Çelişki} = \frac{\text{Önem x Çelişen Bilgilerin Sayısı}}{\text{Önem x Uyuşan Bilgilerin Sayısı}}$$

Bu formül kavramsaldır, işlem formülü değildir, çünkü uyuşan ya da çelişen bilgilerin önemini sayısallaştırmak güçtür. Bu formüle göre, çelişen bilgiler arttıkça tüm bilişsel çelişki de artacaktır. Bilişsel çelişkiyi azaltmak için çelişen bilgilerin sayısını azaltmak ya da uyuşan bilgilerin sayısını arttırmak gerekir ki yukarıdaki formüldeki payın paydaya oranının mutlak değeri azalsın.

Örneğin, yukarıdaki sigara ile ilgili bilişsel çelişkiyi azaltmak için ben duruma bazı uyuşan bilgiler ekleyebilirim. Örneğin, "Sigara benim sinirlerimi yatıştırıyor.", "Çevremde kabul edilmemi sağlıyor." gibi. Bu uyuşan bilgiler paydaya eklenerek tüm oranın değerini azaltacağından, sigara içmekle akciğer kanserinin ilişkisi konusunda hissettiğim ilk çelişkinin şiddeti azalacaktır. Okuyucu, bu örneğin daha önce Abelson ve Rosenberg'in bilişsel dengeleme kuramında *güçlendirme* çözüm yolu için de verildiğini hatırlayacaktır (Gerçekten de bilgiler arasında tutarsızlık söz konusu olduğunda bu iki kuramın önerdiği çözüm yolları birbirine çok yakındır.).

Ayrıca, uyuşan bilgileri (paydayı) arttırma yanında çelişen bilgilerin (payın) önemini de azaltma yolu ile tüm bilişsel çelişki azaltılabilir. Örneğin, "Birçok doktor da sigara içiyor, demek ki sigara içmenin kansere yol açtığı doğru değil." ya da "Aslında içinde yaşadığımız kirli hava kansere yol açıyor, demek ki sigara içmekle kanser arasındaki ilişki o kadar ciddi değil." gibi bilgiler çelişen bilgilerin (payın) önemini azaltmaya yöneliktir. Bu davranışlar da Abelson ve Rosenberg bilişsel dengeleme kuramında öne sürülen reddetme (inanmama) çözüm yoluna benzemektedir.

Bütün bu örnek çözümlemelerin ortak yanı, her birinin bir psikolojik savunma mekanizması gibi işlemesidir. Hepsi, kişiyi rahatsız eden tutarsızlığı ortadan kaldırmak ya da azaltmak için kişinin kendine ve başkalarına karşı öne sürdüğü makulleştirici nedenlerdir.

Yukarıdaki örneklerde olduğu gibi, tutumlar ya da bilgiler arasında çelişki söz konusu olduğu zaman bilişsel çelişki kuramının denge kuramına oldukça benzer olduğunu görüyoruz. Ancak, bilişsel çelişki kuramının esas güçlü olduğu tutarsızlık durumları daha çeşitlidir. Aşağıda bu durumlardan bir kısmına yer vereceğiz.

a) Karar verme sonucu meydana gelen bilişsel çelişki

Bilişsel çelişki kuramında çoklukla çalışılan bir durum, verilmiş bir karar, söylenmiş bir söz, yapılmış bir tercih gibi *olmuş* bir *davranış* ile bu davranışa ters düşen bir *tutum* arasındaki tutarsızlık ön plana çıkmaktadır.

Diyelim ki Ayşe bir buzdolabı almak istiyor. Hangi marka buzdolabı alacağına karar vermeden önce Ayşe herhalde çeşitli markalar hakkında bilgi edinecek, her birinin özelliklerini inceleyecektir. Sonunda bir tanesini seçip satın almak için ilk taksitini yatıracaktır. Önceleri bu markalar arasında pek bir fark göremediği için bir müddet kararsız kalan Ayşe, acaba hala hangi markanın daha iyi olduğu konusunda kararsız mı olacaktır? Herhalde hayır. Ayşe, kimsenin zoru olmadan serbestçe bir seçim yapmış, bir karar vermiş ve bu kararını üstlenerek davranışa dönüştürmüştür.

Daha önceki bölümlerde de gördüğümüz gibi, kişinin tutumu ile davranışının birbiriyle tutarlı olması gerekir, yoksa meydana gelebilecek çelişki, kişiyi rahatsız edecektir. Burada Ayşe bir davranışta bulunmuştur, dolayısıyla, bu yapılmış olan davranışı değiştiremez. Öyleyse geriye kalan değişebilecek tek şey tutumdur. Demek ki, Ayşe bu durumda, aldığı buzdolabına karşı eski kararsız tutumunu *davranışı doğrultusunda* değiştirerek olumlu yapacaktır. Yani, Ayşe, satın aldığı buzdolabının en iyi

buzdolabı olduğuna inanmaya başlayacaktır. Doğru bir tercih yaptığına inancını sağlamlaştırmak için de davranışa *uyan* bilgilere açık olacaktır. Örneğin, gazetelerde satın aldığı buzdolabı hakkındaki reklamları okuyacak; televizyonda o markaya ait reklam ve bilgileri izleyecektir.

Bir araştırmada denek olarak ev kadınları seçilmiş ve her birine bir pazarlama araştırması yapıldığı söylenmiştir (Brehm, 1956). Her deneğe elektrikli ekmek kızartma makinası, elektrikli meyve sıkıcısı vb. gibi sekiz çeşit mutfak aracı gösterilmiş ve bunları ne kadar beğendiğini belirtmesi istenmiştir. Sonra en beğendiği iki araçtan birini seçmesi istenmiştir. Denek seçim yaptıktan sonra da seçtiği araç sarılıp kendisine hediye edilmiştir. En sonunda denekten bütün araçları beğenme derecesine göre tekrar değerlendirmesi istenmiştir. Bu son değerlendirmede deneğin önceki değerlendirmesine oranla, en çok beğendiği iki araçtan seçtiğini, seçmediğinden çok daha yüksek bir şekilde değerlendirdiği görülmüştür.

Bu deneyden ve çeşitli araştırmalardan ortaya çıkan sonuç şöyledir: Kişi, geriye dönemeyeceği bir karar verdikten sonra ortaya çıkan uyuşmazlığı –kararını değiştiremeyeceği için– tutumunu kararı (davranışı) doğrultusunda değiştirerek azaltır. Yani verdiği kararın akıllıca bir karar olduğuna kendini inandırır.

Tutum değişiminin takip etmesi ilkesi, kötü davranışlar için de geçerlidir. Başka bir deyişle, sevmediğimiz insanları incitmekle kalmayız, aynı zamanda incittiğimiz insanları sevmemeye başlarız. Çünkü kötü davranışı hak etmişti şeklinde davranışımızı meşrulaştırmak isteriz.

b) Davranışa gerekçe bulma ihtiyacı

Bu örneklerde en önemli nokta, kişinin tercihini ya da davranışını serbestçe, zorlanmadan yapmış olduğunu düşünmesidir. Eğer kişi zorlanma sonucu bir davranışı yaptığını düşünürse, bu davranışı tutumundan farklı olsa dahi, bu farklılık bilişsel çelişki yaratmayacak ve dolayısıyla, kişinin tutumunu davranışına uyacak şekilde değiştirmesine gerek olmayacaktır. Çünkü kişi burada davranışının akıllıca olduğuna kendini inandırma gereğini duymayacaktır. "Zorlandığım için öyle davrandım, aslında öyle düşünmüyorum." diyerek davranışıyla tutumu arasındaki tutarsızlığın sorumluluğunu dışarıya (onu zorlayana, nesnel faktörlere) atfedecek, kendini bu sorumluluktan kurtaracak, böylece de bilişsel çelişki sıkıntısını hissetmeyecektir.

Bu söylediklerimizi özetleyecek olursak, kişinin davranışı ile tutumu arasında bir çelişki söz konusu olduğunda kişi bu çelişkiyi açıklayabilecek ya da davranışını makul gösterecek objektif bir dış (nesnel) gerekçe bulamazsa, davranışını bir iç (öznel, subjektif) gerekçeyle, yani tutumunu değiştirerek açıklamaya çalışacaktır. Objektif bir dış gerekçe bulursa, tutum değişimine gerek kalmayacaktır.

Bu nesnel gerekçe bir başkasının zorlaması olabileceği gibi, kişinin davranışını makul gösterebilecek başka herhangi bir şey de olabilir. Örneğin, bir başkasını incitmemek, bir grup tarafından kabul olunma isteği, alay edilme endişesi, bir kazanç elde etmek, vb. gibi.

Bir araştırma örneğini ele alalım: Festinger ve Carlsmith (1959) bir deneyde deneklere tek tek bir saat süreyle çok sıkıcı bir iş yaptırdılar. Bu iş bir saat boyunca bir tahtaya tek tek vidaları burgulamak, sonra onları çıkarmak türünden tekdüze ve amaçsız bir çalışmayı gerektiriyordu. (Bu işin yapanlar tarafından sıkıcı bulunduğu başka bir grup denek üzerinde yapılan pilot çalışma ile kesinleştirilmişdi). Bir saatin sonunda her deneğe, araştırmacının asistanının hasta olduğu ve mümkünse onun yerine bir sonraki deneği içeri alıp ona *çok hoş, zevkli* bir deneye katılacağını söylemesi istendi. Bu hizmeti karşılığında kendisine para ödeneceği belirtildi. Denekler bu işi yapmayı kabul ettiler.

Deneklerin yarısına bu iş için 20 dolar, yarısına da 1 dolar verildi. Bu ilk deneyden bir süre sonra da başka bir yerde, başka bir araştırmacı tarafından, deneklere son zamanlarda katıldıkları deneyler hakkında sorular soruldu ve bu arada da bu deneyde vidalarla yaptıkları işi değerlendirmeleri istendi.

Acaba 20 dolar alan denekler mi, 1 dolar alan denekler mi deneyde vidalarla yaptıkları işi daha ilginç buldular? Bu soruya cevap verirken genel eğilim, 20 dolar alan deneklerin işi daha çok seveceklerini tahmin etmektir. Oysa bilişsel çelişki kuramı 1 dolar alanların yaptıkları işi daha çok sevecekleri tahminini yapmış ve bu tahmin de araştırma sonucunda doğru çıkmıştır.

Bu sonucu, davranışa gerekçe bulma gereği ile açıklayabiliriz. Şöyle ki, bir sonraki deneğe, yapmış olduğu sıkıcı işin *çok hoş* olduğu yolunda yalan söylemek için denekler ya 20 ya da 1 dolar almıştır. 20 dolar alanlar yalan söylemek için iyi bir objektif dış gerekçeye sahiptiler. Yani "20 dolar için küçük, zararsız bir yalan pekâlâ söylenir." diye düşünmüşlerdir. Dolayısıyla, bu yalan söyleme davranışı onlarda fazla bir bilişsel çelişki yaratmamış, yaptıkları işin aslında çok sıkıcı olduğuna dair gerçek tutumlarını davranışları doğrultusunda değiştirmeleri gerekmemiştir.

1 dolar alanlarda ise durum farklıdır. 1 dolar, yalan söylemek için yeterli bir objektif (dış) gerekçe değildir. Yani, "Ben dürüst bir kimseyim." ve "Ben yalan söyledim." bilgilerinin yarattığı çelişkinin miktarını azaltmak için deneğin yeterli gerekçesi yoktur. Yalan söylemediğine inanması, yani gerçek tutumunu, söylediği yalan doğrultusunda değiştirmesi gerekir. Buna, söylediği yalana inanmak da diyebiliriz. Böylece, yapılan bir davranışı açıklamak için yeterli bir objektif dış gerekçe olmadığı zaman, kişi bu davranışı açıklayabilecek ya da mazur gösterecek bir sübjektif gerekçe geliştirecektir. Bu bulgulardan çıkarabileceğimiz genel sonuç şudur:

Bir kişinin gerçek tutumuna ters düşen bir şeyi söylemesi ya da yapması sağlandığında; kişi bu davranışını baskı, zorlama, durumun gerekleri, yeterli bir ödül gibi makul bir nesnel gerekçeyle kendi kendine açıklayamazsa, gerçek tutumunu davranışı doğrultusunda değiştirme eğilimi gösterecek; yani, yapmış olduğu davranışına bir iç öznel gerekçe yaratacak, "Aslında öyle düşündüğüm için öyle yaptım." diyecektir.

Yukarıda ele aldığımız Festinger ve Carlsmith araştırmasında ödüllendirme sonucu ortaya çıkan bilişsel çelişkiyi inceledik. Aynı ilke, cezalandırma ya da zorlama durumu için de söz konusudur. Şöyle ki, gerçek tutumuna ters düşen bir davranışı yapan bir kimse bilişsel çelişki duyacaktır. Ancak bu davranışı zorlandığı için ya da

cezalandırılmamak için yaptığını düşünürse, bu nesnel gerekçe çelişkiyi azaltacağından, kişide, davranışı doğrultusunda gerçek tutum değişimi meydana gelmeyecektir. Oysa dışarıdan ciddi bir zorlama ya da ceza söz konusu olmadan kişi bu davranışı yapacak olursa, bunu kendi kendine makul gösterebilmek için tutumunu o doğrultuda değiştirmek gereğini duyacaktır. Bunun özellikle eğitim konusundaki önemi büyüktür. Örneğin, ders çalışmayı sevmeyen İnci'nin ders çalışmama davranışına büyük bir cezayla korkutarak mı, yoksa küçük bir cezayla korkutarak mı engel olmak daha etkilidir? Birlikte düşünelim:

İnci, ders çalışmak istememektedir. Bu tutumuna ters düşen bir davranışı yerine getirmesi, yani ders çalışması sağlanmıştır. Büyük bir ceza söz konusu ise, İnci, davranışını bu cezaya çarpılmamak için yaptığını düşünecek, bilişsel çelişki oluşmayacağından, ders çalışmayı sevmeme tutumunda herhangi bir değişiklik olmayacaktır. Yanında kendisini cezalandırabilecek bir büyük varken İnci ders çalışacak, fakat kendi kendine kalınca –tutumu değişmemiş olduğundan– gene çalışmayacaktır.

Oysa hafif bir ceza yoluyla İnci'nin ders çalışması sağlanmışsa, durum farklıdır. İnci ders çalışma davranışını, bu hafif ceza ile kendi kendine açıklayamayacağı için, yani bu kadar az bir cezadan kurtulmak için bu kadar tatsız bir işin yapılması pek akla yakın olmadığından, davranışı için yeterli bir nesnel gerekçesi yoktur. Bu nedenle davranışını bir subjektif gerekçeyle açıklayacaktır. Yani, İnci tutumunu davranışı doğrultusunda değiştirerek aslında ders çalışmaktan o kadar da nefret etmediğine, hatta belki çalışmaktan hoşlandığına kendisini inandıracaktır.

Acaba durum gerçekten bizim verdiğimiz örnekteki gibi midir? Bazı araştırmalar bu konuda bize aydınlatıcı bilgi sağlıyor. Örneğin, Aronson ve Carlsmith (1963) ile Freedman'ın (1965) çocuklarla yaptıkları araştırmalarda, çocuk deneklere az ya da çok baskı yapılarak güzel bir oyuncakla oynamamaları sağlanmıştır. Bir müddet sonra, az baskı sonucu güzel oyuncakla oynamaktan vazgeçen çocukların, o güzel oyuncağı öncekine oranla daha az beğendikleri ve onunla oynamadıkları gözlenmiştir. Çok baskı sonucu bu oyuncakla oynamaktan vazgeçen çocuklar ise, daha sonra gözetim altında değilken bu oyuncakla oynamışlar ve onu önceki kadar beğendikleri, hatta bu gruptaki bazı çocukların oyuncağı ilk gördükleri zamankinden daha da çok beğendikleri görülmüştür.

Bu örneklerde de görüldüğü gibi, insanların yapmaları (ya da yapmamaları) gereken şeyleri sadece ceza almaktan korktukları için değil, sevdikleri, istedikleri için yapmaları (ya da yapmamaları) eğitimin temel amacıdır. Bu bakımdan bilişsel çelişki kuramının uygulamaya dönük önemi ortadadır.

c) İtaat, benimseme ve bilişsel çelişki

Bu kitabın üçüncü bölümünü okumuş olan okuyucu, yukarıdaki açıklamalarla uyma davranışının gerekçeleri arasında benzerlikler bulmuştur. Gerçekten de itaat ve benimseme mekanizmalarını bilişsel çelişki kuramı çerçevesinde ele almak mümkündür.

Kişinin tutumuna ters düşen bir davranışı yeterli bir nesnel gerekçeye bağlayabilme durumunda, bilişsel çelişki meydana gelmemekte, bundan ötürü tutum değişmesi görülmemektedir. İtaat ile uymada da çok benzer bir durum söz konusudur. Şöyle ki, kişi bir dış baskı, ceza ya da zorlama hissedince uyma davranışı göstermekte ama bu davranış, gerçekten tutumunu yansıtmamaktadır. Yani davranış-tutum farkı vardır.

Kişinin tutumuna ters düşen bir davranışı, yeterli bir objektif gerekçeye bağlayamama durumunda ise, tutum-davranış tutarsızlığı bilişsel çelişki yarattığından, bundan kurtulmak için kişi tutumunu davranışı doğrultusunda değiştirir. Yani yaptığını sevmeye, doğru bulmaya başlar. Benimseme yoluyla uymada da benzer bir durumla karşılaşıyoruz. Şöyle ki, benimsemede, kişinin davranışı, tutumunu yansıtır. Başka bir deyişle, kişi gerçekten doğru olduğuna inandığı için bir şeyi yapar ya da bir grubun fikrini doğru bulduğu için kabul ederek kendine mal eder. Davranışı bir dış zorlama gerektirmez, kendi başınayken de görülür.

İki örnekle bu benzerlikleri daha yakından inceleyelim. Kitabın üçüncü bölümünün başında verilen bir sosyal davranış örneğini hatırlayalım. Beğenmediği bir filmi arkadaşlarının övdüğünü duyan Ahmet, arkadaşları onun fikrini sorduklarında, onlara katıldığını söyler. Ahmet'de gerçek bir tutum değişimi olmuş mudur? Verilen bilgiye dayanarak bu soruya kesin bir cevap vermek olanaksızdır. Ahmet, eğer onlarla aynı fikirde olduğunu sırf arkadaşları tarafından kabul edilmek, alay edilmemek için söylemişse, bu sözel davranışının yeterli bir objektif gerekçesi var demektir. Yani Ahmet kendini baskı altında hissettiği için öyle söylemiştir. Bu durumda, Ahmet davranışını kendi kendine makul gösterebileceğinden, bilişsel çelişki azalacak, dolayısıyla, gerçek tutum değişimi gerekmeyecektir. Ahmet film hakkındaki olumsuz tutumunu değiştirmeyecektir. Burada *itaat* ile uyma söz konusudur.

Ancak, Ahmet eğer arkadaşları tarafından kabul edilme baskısını hissetmeden bu davranışta bulunmuşsa, gerçekten tutumunu değiştirebilir. Şöyle ki, Ahmet, hafif bir çekinme sonucu kendini arkadaşlarının fikrine katılır bulunca, bu davranışını makul bir dış gerekçeye bağlayamayabilir. Bu durumda davranış yapılmış olduğundan değişebilecek tek şey tutumdur. Yani Ahmet, filmin pek de fena olmadığına, hatta ilginç sayılabileceğine kendini inandırır. Başka bir deyişle, arkadaşlarının fikrini *benimser.*

Festinger'in bilişsel çelişki kuramını çeşitli örneklerle inceledik. Bu örneklerden de görüldüğü gibi, bilişsel çelişki kuramı geniş uygulama olanaklarına sahiptir. Bu kuram çok sayıda araştırmaya yol açmış ve bu araştırmalarda bariz olmayan kuramsal tahminler doğru çıkmıştır.

Bilişsel Çelişki Evrensel midir?

Festinger bilişsel çelişki kuramını kurarken, bu çelişkinin evrensel olduğuna inanıyordu. Daha sonraları, bu çelişkinin toplulukçu kültürlerden çok bireyci kültürlerin bir özelliği olduğunu öne sürdü. Bu sav, daha bağımsız bireyler barındıran bireyci kültürlerde, sosyal bağlamın kişileri çok etkilemediği üzerine kuruluydu. Bu savın

doğruluğunu araştırmak üzere Kashima ve arkadaşları (1992) Avustralya ve Japonya'da üniversite öğrencileriyle bir araştırma gerçekleştirdiler. Avustralyalı öğrenciler, tutum-davranış tutarlılığını daha çok önemserken, Japon öğrenciler tutumlarla davranışları daha az bir uyum içinde algılamışlardır. Bu bulgunun, Japonların bilişsel tutarlılık güdülerinin daha az olduğuna işaret ettiği düşünülebilir.

Örneğin, Iwao'nun (1989) yaptığı bir çalışmada, Japon ve Amerikalılara tutumlarını açıkça ifade eden veya çevrelerindeki kimselerle ters düşmemek ve sosyal uyumu sağlamak için tutumlarını açıkça ifade etmeyen kişilerin hikâyeleri okutulmuş ve bu hikâyelerdeki davranışlardan kendilerine daha yakın olanı seçmeleri istenmiştir. Beklendiği üzere, Amerikalılar Japonlara oranla, tutumunu açıkça ortaya koyan davranışı, diğerine oranla daha fazla seçmişlerdir.

Burada tutum-davranış ilişkisine yönelik daha temel bir nedensellik sorunu da söz konusudur. Bilindiği gibi, psikoloji bilimi Batı kültürünün ürünüdür ve Batı'nın, özellikle de Amerika'nın bireyci dünya görüşünü yansıtır. Buradan yola çıkarak bireysel tutumların ya da tutarlılık kuramlarında olduğu gibi bilişsel tutarsızlık ve çelişkilerin davranışı belirlediği öngörülmektedir. Birey düzeyinde ele alınan bu bilişsel nedensellikte davranışı etkileyen başka etkenler yeterince dikkate alınmamaktadır. Bunlar, örneğin, başkalarının beklentileri gibi etkileşimsel nedenselliklerdir. Oysaki burada ele alınan Japon araştırmalarında da görüldüğü gibi, Japonya ve Türkiye gibi daha toplulukçu kültüre sahip toplumlarda başkalarıyla ilişkiler ve başkalarının (sosyal çevrenin) beklentileri kişi için daha önemli olduğundan, davranış, bireysel tutumlar kadar (belki de daha çok) bu dış etkenlerle de belirlenebilir. Ayrıca bu dış etkenler çoğu zaman davranışı açıklayıcı nesnel gerekçe oluşturacağından, Japonlarla yapılan araştırmalarda da görüldüğü gibi, bilişsel çelişkinin de daha düşük düzeyde oluşması mümkündür.

Bu bulgular bize, bilişsel çelişkinin her kültürde aynı oranda yaşanmadığını ve her kültürde aynı oranda rahatsız edici bulunmadığını göstermektedir. Yukarıdaki örnek araştırmalarda gördüğümüz gibi, Festinger'in, kuramı için varsaydığı evrensellik, ondan sonra sorgulanmış ve kültürler arası farklar ortaya çıkarılmıştır.

Son olarak, kültürden de bağımsız olarak, insanların bütün davranışlarını sırf bilişsel çelişkiden kurtulmak için yapmadıkları da açıktır. İnsanlar, tüm yaptıklarının iyi şeyler olduğuna kendilerini inandırırlarsa, gelişmeleri zor olur. Gelişebilmek için, hataları kabul edip ders çıkarabilmek gerekir. Eğer, sürekli bilişsel çelişkiden kurtulma çabası içinde olursak, hata yaptığımızı kabul etmeyip, kendimizi yaptıklarımızın hata olmadığına inandırırız ve bu uzun vadede tehlikeler yaratabilir. Hataları kabullenerek onların sorumluluğunu üstlenmek ve sürekli bir savunma içine girmemek hepimizin ulaşması gereken bir erdemdir.

Bilişsel Çelişki Kuramı'na Eleştiriler

Bilişsel çelişki kuramına ilk ciddi meydan okuma Daryl Bem (1967) tarafından ortaya konulan *benlik algısı kuramı* ile olmuştur. Benlik algısı kuramı bir önceki bölümde bahsettiğimiz atfetme kuramının da temelini oluşturur. Bem'e göre tutum değişiminin

sebebi hissedilen bilişsel çelişki ya da rahatsızlık değildir. Aksine, çoğu zaman tutumlarımızın farkında olmayız ve davranışlarımıza bakarak tutumlarımız hakkında çıkarımlarda bulunuruz. Örneğin, her sabah kahvaltıda yumurta yiyen bir kişiyi ele alalım. Bu kişi muhtemelen her sabah kahvaltıdan önce yumurta sevip sevmediğini düşünerek karar vermiyordur. Ancak bir gün biri bu kişiye yumurta sevip sevmediğini sorarsa, "Her sabah yumurta yediğime göre yumurtayı seviyor olmalıyım." diye düşünecek ve davranışıyla ilgili gözleminden yola çıkarak tutumları hakkında çıkarımda bulunacaktır. Bu örnekten de anlaşıldığı gibi benlik algısı kuramı bilişsel çelişki kuramına karşı çıkarak tutumların davranışlara değil davranışların tutum oluşumuna yol açtığını savunur.

Benlik algısı kuramı Festinger ve Carlsmith'in yukarıda anlatılan deney sonuçlarını göz ardı etmez ancak farklı bir şekilde yorumlar. Yani, bu kurama göre sıkıcı bir iş yapıp bunun eğlenceli olduğunu söyleyen denekler, bu tutumlarına yol açabilecek dışsal bir neden bulamadıklarında, bu açıklamalarının gerçek tutumlarını yansıttığını düşünürler.

Aslında dikkatli incelendiğinde bilişsel çelişki ve benlik algısı kuramlarının birbirleri ile çelişmekten çok birbirlerini tamamladığını görebiliriz. Belirgin tutumlarımıza ters düşen bir davranışta bulunduğumuzda bilişsel bir çelişki yaşamamız ve bu rahatsızlığı azaltmak için tutumlarımızı değiştirmemiz muhtemeldir. Ancak tutumlarımızın belirgin olmadığı durumlarda çelişkili bir davranış bir rahatsızlık yaratmayacaktır. Bu gibi durumlarda benlik algısı süreci işleyecek ve davranışlarımız tutumlarımız hakkında bize bir ipucu verecektir.

Okuma Parçası - 4: Tutum Kavramının Gelişmesi

Bugün için geçerli olan anlamıyla, tutum kavramı ilk defa, 1918 tarihli Thomas ve Znaniecki'nin *Polonya Köylüsü* adlı kitabında kullanılmıştır. Bu sosyologlar, Amerika'ya göç etmiş olan Polonya köylüsünü incelerken tutumlar üzerinde önemle durmuşlar, hatta sosyal psikolojiyi tutum bilimi olarak tanımlamışlardır.

O tarihten sonra tutum araştırmalarının sosyal psikoloji içinde çok geliştiğini, hem kuramsal hem yöntemsel ve teknik bakımdan önemli ilerlemeler geçirdiğini görüyoruz. 1935'te Allport, tutumların, sosyal psikolojinin en belirgin ve gerekli kavramı olduğunu ileri sürüyordu. Murphy ve diğerleri de (1937), sosyal psikoloji içinde başka hiç bir kavramın tutum kavramı kadar merkezi bir yeri olmadığını ileri sürmüşlerdi.

Sosyal psikoloji içinde tutum konusundaki ilk yoğun çalışmalar 1920'lerde tutumların ölçülmesiyle başladı. İlk tutum ölçeklerini geliştiren Thurstone (1928), "Tutumlar Ölçülebilir" adlı makalesiyle bu hareketin öncüsü oldu. Bu devrede çeşitli sosyal sorunlarla ilgili olumlu ve olumsuz tutumlar ölçüldü. Ancak, ölçme tekniklerinin gelişmesine karşın, tutum kuramı bakımından önemli bir gelişme ortaya çıkmadı. Araştırmalar, çoğunlukla betimleyici korelasyon çalışmaları olarak kaldı. Tutumların ne olduğu, nasıl geliştiği, nasıl değiştiği konularına etraflıca değinilmedi.

1930 ve 1940'larda Amerika Birleşik Devletleri'nde sosyal psikolojideki bazı gelişmeler ise tutum konusuna bakışı tamamen değiştirdi. Bu gelişmeleri kısaca gözden geçirelim.

l) Örneklem Surveyleri ve Kamuoyu Araştırmaları

Tutum araştırmalarını etkileyen önemli bir gelişme, örneklem surveyi yönteminin geliştirilmesi ve geniş çapta kullanılmasıdır. İlk defa Gallup Kamu Oyu Araştırması 1936'da Roosevelt'in ABD başkanlığına tekrar seçileceğinin doğru olarak tahminini yapmıştı. O tarihten sonra özellikle politik parti tercihi ve seçim kamuoyu araştırmaları günümüze kadar gelişerek devam etmiş ve Türkiye dâhil birçok ülkede uygulanmıştır.

Özellikle *tekrarlanan* surveyler *aynı örneklem* grubuna *aynı* tutum sorularını sorduğu zaman, söz konusu tutumun zaman içinde hangi etki ve propagandalara göre değiştiğini saptamak mümkün olmuştur. Böylece, kamu haberleşme araçları ve propaganda ile tutum değişiminin ilişkileri incelenmeye başlanmış ve gerçek hayatta tutum değişimi süreci çalışılabilmiştir.

2) Küçük Grup Araştırmaları

Kurt Lewin ve öğrencilerinin başlattığı grup dinamiği çalışmaları da; grup üyeliği olarak beliren sosyal etkinin tutumlarla ilişkisi konusunda aydınlatıcı bilgi sağlamıştır (Lewin, 1951). Laboratuvar ortamı içinde ve gerçek hayatta doğal ve yapay gruplarla yapılan araştırmalar, bir taraftan grup olayının daha iyi anlaşılmasını sağlarken, diğer taraftan da tutum gelişmesi ve değişmesi konularına kuramsal katkılarda bulunmuştur.

3) Psikanalitik Kavramlaştırmalar

1930'ların sonlarıyla 1940'larda faşizm, Yahudi düşmanlığı ve İkinci Dünya Savaşı, sosyal bilimcilerin ve bu arada sosyal psikologların bu sorunlara eğilmelerine yol açtı. Diğer yandan da Freudcu psikanalitik görüşler Amerikalı psikologlar arasında yayılmaya başlamıştı. Adorno ve arkadaşları çok etraflı ve derinlemesine bir araştırmalar dizisi ile Yahudi düşmanlığı ve ayırımcı ön yargının psikanalitik açıdan temellerini incelediler (1950). Bu çalışmalar, genellikle önyargılı ve kalıplaşmış tutumların, kişilik bütününün vazgeçilmez bir parçası olarak, kişiyi, kendi iç çatışmasına karşı koruyucu bir görev yüklendiğini öne sürmüştür. Bu bakış açısından, tutumların erken çocukluk devresinde gelişen kişiliğin koruyucu bir parçası olduğu, böylece de tutum psikolojisinin, kişilik psikolojisinin içinde ele alınabileceği görüşü ortaya konmuştur.

4) Deneysel İletişim Araştırmaları

Tutum kuramlarına önemli katkısı olan son bir gelişme de, İkinci Dünya Savaşı yıllarında başlayıp daha sonra da etkinliğini sürdüren etkileyici iletişim konusundaki seri laboratuvar deneyleridir (örneğin, Hovland, Lumsdaine ve Sheffield, 1949; Hov-

land, Janis ve Kelley, 1953). Bu araştırmacılar öğrenme ve yargı kavramlarını kullanarak yöntem bakımından üstün nitelikteki deneylerle etkileyici iletişim ve tutum değişimi olayını incelemişlerdir. Özellikle etkileyici iletişimle, tutum değişiminde kaynak, iletişim, hedef ve ortam etkenlerinin rolünü saptamışlardır. 1950'lerin ikinci yarısından itibaren tutum araştırmaları tekrar bir gelişme göstermiş ve sosyal psikoloji içindeki yerinin önemi bakımından grup dinamiğini geçmiştir. 70li, 80li, 90lı ve 2000li yıllarda, tutum konusu 60lı yıllardaki merkezi konumunu az da olsa kaybetmesine rağmen, sosyal psikologların ilgi alanı olmaya devam etmiştir. Özellikle tutum değişimi, etkileyici iletişim, sağlıkla ilgili tutumlar vb. gibi konularda çok sayıda araştırma yapılmış ve tutum, bilişsel sosyal psikoloji içine girmiştir.

BÖLÜM 6

İLETİŞİM VE PROPAGANDA: TUTUM DEĞİŞTİRME SÜRECİ

Üçüncü bölümde, sosyal etkiyi ve ona uymayı (ya da uymamayı) inceledik. Orada genel çizgileriyle ele aldığımız sosyal etkiyi bu bölümde etkileyici iletişim konusu çerçevesinde inceleyeceğiz. Beşinci bölümde de tutum ve tutum değişimi konularını inceledik. Bu bölümde doğrudan o bilgilere dayanarak tutum değişiminin iletişim ve propaganda çerçevesi içinde nasıl oluştuğunu ele alacağız.

Günümüzde, kitle haberleşme olanaklarının son derece artmasıyla birlikte, hepimiz iletişim ve propagandadan geniş çapta etkilenmekteyiz. Bunun örneklerini günlük yaşantımızda bol bol bulabiliriz. Örneğin;

- Altı yaşındaki Ahmet, annesiyle bakkala gittiği zaman ille A markalı çikolata ister, çünkü televizyondaki A markalı çikolata reklamını çok sevmektedir.
- Genel seçimlerden on-on beş gün öncesine kadar kararsız olan Fatma, radyodaki son seçim konuşmaları sırasında bir parti başkanının sözlerini çok beğendiği için seçim günü o partiye oy verir.
- Çamaşır deterjanlarının arasında içlerindeki temizleyici maddeler bakımından fark olmadığı halde, radyo-televizyon reklamlarıyla orantılı olarak satışları arasında çok fark vardır.
- İşyerinde sağlıklı yaşam üzerine verilen seminerden sonra, Ali ve arkadaşları haftada üç gün iş çıkışında spora gitmeye başlamışdır.

Bu örneklerde kitle haberleşmesinin ne denli önemli olduğu açıkça belirmektedir. Hepsinde görülen ortak nokta, *etkileyici iletişim*dir. Yani, bir kaynaktan, bir hedefe yöneltilen ve tutum ve davranışı değiştirme amacını taşıyan tek yönlü haberleşme söz konusudur. Etkileyici iletişim, propagandadan daha geniş bir kavramdır ve her türlü etki amacını içerir. Propaganda ise, günlük konuşmalarımızda daha ziyade olumsuz bir anlam taşımakta, adeta kandırmak şeklinde kullanılmaktadır. Bu bölümde, propagandayı bu olumsuz anlamından arınmış olarak tarafsız bir şekilde ele alacağız. Bu şekilde değer yargılarından arınmış olan propaganda, etkileyici iletişimle eş anlamda kullanılmış olmaktadır. Dolayısıyla, *propagandayı,* kişi ya da grupların fikir, tutum

ya da davranışlarını etkileme amacına yönelik iletişim, yani tek yönlü haberleşme olarak tanımlayabiliriz. Bu iletişim şeklini, yani propagandayı anlamak için geliştirilmiş bir klasik (mesajı öğrenme tezi) ve bir modern (bilişsel tepki tezi) iki yaklaşım vardır. Bu bölümde sizlerle ilk olarak bu iki yaklaşımı inceleyeceğiz.

Mesajı Öğrenme Tezi

Etkileyici iletişim konusunda sosyal psikologlarca yapılan ilk incelemeler, II. Dünya Savaşı sırasında ve onu izleyen yıllarda Carl Hovland yönetiminde Amerika'da Yale Üniversitesinde kurulan "İletişim ve Tutum Değişimi Programı" ile başlamıştır. Savaş yıllarında dünyada propagandanın öneminin anlaşılması, şüphesiz, bu ilk çalışmalara neden olmuştur. Savaşta her iki tarafın kullandığı yoğun propaganda asker ve sivil halk üzerinde çok etkili olmuş, devam ede gelen savaşın yanında adeta bir de propaganda savaşı verilmiştir. Elbette bu derece belirgin ve önemli bir sosyal olgu bilimsel araştırma gerektirir. Hovland ve arkadaşlarının çalışmaları bu yolda atılmış çok önemli adımlar olmuş, çeşitli yayınlara yol açmıştır (örn. Hovland, Janis ve Kelley, 1953; Hovland ve Janis, 1959; Sherif ve Hovland, 1961).

Şekil 6.1
Mesajı Öğrenme Tezi

Hovland'ın başını çektiği, *mesajı öğrenme tezi* çerçevesinde yapılan araştırmaların kuramsal temelini psikolojideki öğrenme kuramı meydana getirmiştir. Davranışçı bir yaklaşım açısından etkileyici iletişim, tutum öğrenme ya da yeniden öğrenme (tutum değiştirme) süreci olarak ele alınmıştır. Dolayısıyla, bu öğrenme olayının, ortamın hangi özelliklerine göre ne şekilde değişmeler gösterdiği, laboratuvar deneyi yöntemi ile incelenmiştir.

Hovland'a göre, tutum değişimi şu süreçten oluşur:

- gönderilen mesaja dikkat etmek;
- mesajı anlamak;
- mesajı kabul etmek.

Bu dizideki her süreç, kendinden önce gelen sürecin gerçekleşmesine bağlıdır. Örneğin, mesaja dikkat edilmezse, mesaj anlaşılmaz veya mesaj anlaşılmazsa kabul edilmesi mümkün olmaz (bkz. Şek. 6.1). Ancak mesaja dikkatimizi vermemiz ve onu anlamamız, mesajı mutlaka kabul edeceğimiz anlamına gelmez. Mesajı kabul etmeyi etkileyen başka etkenler de vardır. Bunlara bölümün ileriki kısımlarında değineceğiz.

Tutum değişiminin süreçlerini anlamak için, Yale araştırmacıları bir iletişimin ne kadar etkileyici olabileceğini belirleyen şu dört faktörü incelemişlerdir: 1) mesajın kaynağına ait özellikler, 2) iletişimle (mesajla) ilgili özellikler, 3) hedef öğesinin özellikleri ve 4) ortamın özellikleri. Esas olarak bir kişi veya grup (kaynak), bir mesajı, belli bir ortamda bir başka kişi veya grubun tutumunu değiştirmek amacıyla nasıl iletiyor? Kısaca, 'kim neyi kime nasıl iletiyor?' sorusu araştırmacıların ana konusu olmuştur. Bu dört faktör bölümün ikinci kısmında tek tek incelenecektir.

Bu ilk laboratuvar çalışmalarından sonra propagandanın politikadan reklamcılığa kadar her alanda gittikçe artan önemi ile paralel olarak etkileyici iletişim araştırmaları da günümüze kadar gelişerek devam etmiştir.

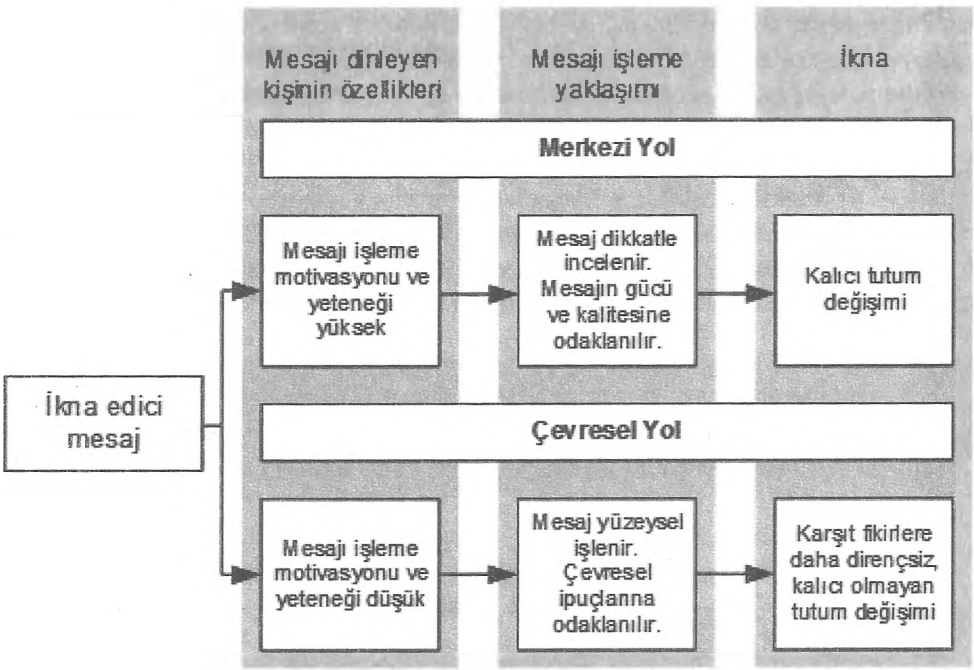
Bilişsel Tepki Tezi

Mesajı öğrenme tezinde ikna sürecinin *nasıl* ve *ne zaman* meydana geldiği sorularına cevap bulunmaya çalışılırken, *bilişsel tepki tezi*nde insanların etkileyici iletişim karşısında tutumlarını *neden* değiştirdikleri sorusuna yanıt aranmıştır (Chaiken, 1987; Petty ve Cacioppo, 1986). Kısaca bu tezde, 'kişi ikna olduğunda ne tür bilişsel süreçler devreye girer?' sorusuna yanıt aranır. Ayrıca, mesajı öğrenme tezinde ikna edici iletişimle karşı karşıya kalan kişi oldukça pasif olarak değerlendirilirken, bilişsel tepki tezinde kişi ikna sürecinde aktif rol alan biri olarak kabul edilmektedir.

İkna Etmenin İki Yolu: Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli

Bilişsel tepki tezinin en iyi örneği Petty ve Cacioppo'nun (1986) oluşturduğu *Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli* (AOM) (Elaboration Likelihood Model)'dir (bkz. Şekil 6.2). *Ayrıntılandırma Olasılığı* terimi, ikna edici bir iletişimle karşı karşıya kalan bir kimsenin, mesajın içindeki bilgiyi işleme olasılığı, yani dikkatlice analiz etme ve anlamaya çaba gösterme olasılığı anlamına gelir. Burada anlaşılmaya çalışılan iki temel nokta vardır. Bunlardan birincisi, insanların ikna edici iletişimle karşılaştıkları zaman ne düşündükleri, ikincisi de oluşan bu düşüncelerin ve ilgili bilişsel süreçlerin insanların tutumlarını değiştirip değiştirmeyeceği, değiştiriyorsa ne ölçüde değiştireceğidir (Petty, Ostrom ve Brock, 1981).

Şekil 6.2
Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli


Mesajı dinleyen kişinin özellikleri
Mesajı işleme yaklaşımı
İkna
Merkezi Yol
Mesajı işleme motivasyonu ve yeteneği yüksek
Mesaj dikkatle incelenir. Mesajın gücü ve kalitesine odaklanılır.
Kalıcı tutum değişimi
İkna edici mesaj
Çevresel Yol
Mesajı işleme motivasyonu ve yeteneği düşük
Mesaj yüzeysel işlenir. Çevresel ipuçlarına odaklanılır.
Karşıt fikirlere daha dirençsiz, kalıcı olmayan tutum değişimi

Petty ve Cacioppo'nun bu tezine göre, insanlar doğru tutumlar geliştirmeye güdülenmişlerdir. Özellikle kendileri için önem taşıyan konularda öne sürülen fikirleri dikkatlice incelerler. Ancak bazen, konu önemli olsa dahi, dikkatimizi başka yöne yönlendirmiş olduğumuz, çok meşgul olduğumuz için ya da mesaj çok kurnazca hazırlandığı için gerekli incelemeyi yapmayabiliriz.

Peki, ikna etme veya insanları etkileme hangi yollardan geçerek meydana gelir? Petty ve Cacioppo, ikna etmenin "*merkezi*" ve "*çevresel*" olmak üzere iki farklı yoldan

gerçekleşeceğini ileri sürmüşlerdir. Kişinin mesajda yer alan iddiaları eleştirel bir şekilde değerlendirme olasılığı kişinin mesajı işleme motivasyonu ve yeteneğine bağlıdır. Motivasyon önemlidir; çünkü böyle bir değerlendirme zaman ve çaba gerektirir. Mesajı işleme (üzerinde düşünme ve anlama) yeteneği de önemlidir; çünkü mesajı değerlendirmek için kişi hem konuyla alakalı bilgiye hem de yeterli zamana ihtiyaç duyar. Örneğin; bir bilgisayar satış elemanı bize bilgisayarlar hakkında fazlasıyla teknik bilgiler verirse ve bizim bilgisayarlar hakkında yeterli bilgimiz yoksa satış elemanının verdiği bilgileri değerlendiremeyiz. Bazen de bilgimiz olsa bile mesajı değerlendirecek zamanımız olmadığından hemen bir karar vermek zorunda olabiliriz. Eğer kişi, mesajı dinleme ve mesaj hakkında düşünme yolunu seçiyorsa, ikna, *merkezi* yoldan gerçekleşecektir. Bu durumda kişi, mesajın gücünü ve akılcılığını değerlendirecek ve mesajın içeriğinin kendi düşüncesiyle uyuşup uyuşmadığını gözden geçirecektir. Ancak eğer kişi, mesaj üzerinde düşünmek istemiyorsa yani mesajı işleme motivasyonu düşükse veya herhangi bir nedenden ötürü düşünemiyorsa yani mesajı işleme yeteneği düşükse (örneğin, çok meşgulse veya konu ilgisini çekmiyorsa), ikna, *çevresel* yoldan gerçekleşecektir. Bu durumda çok az bir bilişsel çaba sarf edilir ve tutum değişikliğinin gerçekleşmesi çevresel ipuçlarına dayanır; örneğin mesajın kaynağının saygınlığı, güvenilirliği, hoşa gider olması veya mesajın sunulma şekli vb. Yani, tutum değişimi, mesajı anlamama durumlarında da gerçekleşebilir. Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli'nin Mesaj Öğrenme Tezi'nden ayrıldığı önemli noktalardan biri de budur. Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli'nin öngördüğü gibi eğer dinleyici konuyla ilgiliyse mesaj merkezi yoldan işlenir yani dinleyici daha çok tezlerin niteliğinden etkilenir, eğer dinleyici konu ile ilgili değil ise mesaj çevresel yoldan işlenir ve dinleyici ona ne söylendiğinden değil söyleyen kişinin yani propagandacının özelliklerinden (örneğin, uzmanlığından, görünüşünden) etkilenir. Yüksek kişisel ilgi söz konusu olduğunda, dinleyici güçlü tezlerle karşılaşmışsa propagandacının uzmanlığından bağımsız olarak tutumunu değiştirmesi söz konusudur. Aynı durum zayıf tezlerle karşılaşıldığında da değişmez; ilgi düzeyi yüksek dinleyici propagandacının uzmanlığı yüksek olsa bile bundan etkilenme ve tutumunu değiştirme eğiliminde değildir. Oysa dinleyicinin kişisel ilgisi düşükse, tezlerin niteliği (güçlü ya da zayıf) ne olursa olsun tutum değişimi için propagandacının uzmanlığı gerekmektedir. Yani ilgi düzeyi düşük dinleyici tezler zayıf olsa bile eğer bu tezler güvenilir bir kaynaktan geliyorsa bu tezlerden etkilenme ve tutumunu değiştirme eğilimdedir (Michener ve ark., 2004).

Günlük hayatımızdan örnekler seçerek ikna etmenin merkezi ve çevresel yollarını anlamaya çalışalım. Örneğin, bilgisayar reklamlarıyla içki reklamlarını birbiriyle karşılaştıralım. Bilgisayar reklamlarında, pazarlanan bilgisayar hakkında oldukça teknik ve ayrıntılı bilgiler verilir, hafıza büyüklüğü, yanında verilen yazılım programları, fiyatı, kullanım özellikleri, gelişen teknolojiye ne kadar kolay uyarlanabileceği gibi. Oysa içki reklamlarında içki hakkında bilgi vermek yerine –verseler olumlu bilgi bulmakta zorlanabilirler– içkiyi içen kişilerin ne kadar eğlendikleri ve bu kişilerin olumlu kişilik özellikleri vb. ile özdeşleştirerek, çevresel yollardan pazarlamaya çalışırlar. Bilgisayarların çevresel yollardan, içkilerin da merkezi yollardan pazarlandığını bir

an düşünelim. Ne kadar gülünç olurdu değil mi? Bunun nedeni, bilgisayar alırken insanların ayrıntılandırma sürecine girmeleri, buna karşılık içki alırken ayrıntılı bilişsel çabaya gerek duymamalarıdır.

Merkezi yol ve çevresel yoldan etkileme çabası, Sosyal Biliş (Sosyal Algı) bölümünde sözünü etmiş olduğumuz "bilişsel kestirme yöntemleri" ile de ilgilidir. Dördüncü bölümde ayrıntılarıyla okuduğunuz gibi, insanlar bazen fikirlerini, izlenimlerini oluşturma aşamasında dikkatli analizler kullanır, bazen de bilişsel bir tembelliğe düşüp kestirme yollardan sonuca ulaşmaya çalışırlar. Düşünme eğilimli olduğumuz zamanlarda merkezi yol ikna edici olurken, düşünme tembeli olduğumuz zamanlarda çevresel yol daha etkili olur.

İkna olmanın merkezi ve çevresel olmak üzere iki farklı yoldan gerçekleşmesi, sonuçta oluşacak tutum değişiminin de farklılıklar göstermesine neden olur. Çevresel yoldan gerçekleşen tutum değişimi, daha kolay, ancak daha zayıf, karşıt fikirlere daha dirençsiz ve davranışı belirlemede daha az etkili olur (Haughtvedt ve Petty, 1992). Merkezi yoldan oluşmuş tutum değişimi ise, daha zor, ancak daha kalıcı, daha güçlü ve davranışı belirleyici olur.

Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli'ndeki merkezi ve çevresel yol ayrımı diğer bazı modellerde de görülür. Örneğin; Kestirme Yoldan Sistematik İşleme Modelinde (Heuristic-Systematic Model; Chaiken, Lieberman, ve Eagly, 1989; Chen ve Chaiken, 1999) de benzer şekilde bilgiyi işlemenin iki yolu vardır; merkezi yola benzeyen çaba gerektiren sistematik yol ve çevresel yola benzeyen çaba gerektirmeyen kestirme yoldur. Bu yollardan hangisinin seçileceği yine kişinin bilgi işleme motivasyonu veya yeteneğine bağlıdır.

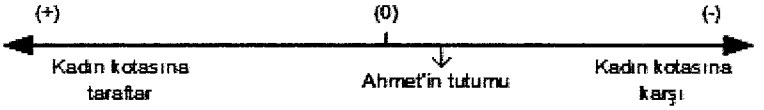
İletişimin Amacı ve Ona Direnme

Etkileyici iletişim çalışmalarında esas olarak, iletişimin dinleyende meydana getirdiği tutum değişimi incelenmektedir. Ancak yakından bakarsak, iletişimin üç farklı amacı ya da sonucu olabilir:

- Dinleyicide yeni bir tutum geliştirmek;
- Dinleyicide var olan tutumun şiddetini arttırmak;
- Dinleyicinin var olan tutumunu değiştirmek (olumlu tutumu olumsuz ya da olumsuz tutumu olumlu yapmak).

Örneğin, seçimlerde meclise kadın kotası konması ile ilgili bir tutumu ele alacak olursak, Ahmet'in tutumu kadın kotası konulmasına biraz karşı olarak belirtilmiştir. Olumsuz etkileyici iletişim ile bu tutum daha da şiddetlendirilebilir, yani Ahmet kadın kotası konulmasına karşı daha da olumsuz bir tutum takınabilir. Diğer taraftan olumlu etkileyici iletişim, Ahmet'in olumsuz tutumunu olumlu yapmaya uğraşabilir. Bir tutum boyutunu bir ucu (+) bir ucu (–) ortası tarafsız (0) olan bir boyut şeklinde gösterecek olursak (+) ve (–) süreçlerini şöyle gösterebiliriz:

Şekil 6.3
İletişim ve Tutum Değişimi



Tutum (0)' dan (+)' ye ve (–)' ye doğru gittikçe onu değiştirmek zorlaşır. Yani, bir konu hakkında hiçbir görüşü olmayan bir kişiye bir görüş aşılamak zor değildir, çünkü kişinin bu etkiye direnç göstermesi için bir neden yoktur. Mevcut bir tutumun şiddetini arttırmak biraz daha güç olmakla beraber, tutumu değiştirmek (yani olumlu ise olumsuz; olumsuz ise olumlu yapmak) kadar güç değildir. Çünkü yerleşmiş tutumunu değiştirmemek için kişi direnç gösterecektir. Bunun nedenini bundan önceki bölümde incelediğimiz tutarlılık modelleri bize açıklamaktadır. Şöyle ki, iletişimin hedefini oluşturan kişi, kendi görüşünden farklı bir iletişimle karşı karşıya gelmektedir. Propagandanın iddiasıyla kendi görüşü arasındaki fark bir tutarsızlık ya da bilişsel çelişki oluşturacağından, kişide sıkıntı yaratacaktır. Böylece, farklı görüşler arasındaki tutarsızlık rahatsız edici olduğundan, kişi bu tutarsızlıktan kurtulmaya çalışacaktır.

Dinleyici için, kendi tutumuyla propagandada ileri sürülen görüş arasındaki tutarsızlıktan kurtulmanın bir yolu, kendi tutumunu değiştirip propagandada öne sürülen görüşü benimsemektir. Kişi bu yola başvurduğu takdirde, tutum değişimi gerçekleştirilmiş, propaganda da amacına ulaşmış olur. Ancak, dinleyici için tutarsızlığı gidermenin başka yolları da vardır. Bundan ötürüdür ki, propagandanın etkinlik derecesi diye bir sorun ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle, kişi propagandaya karşı direnerek de tutarsızlıktan kurtulabilir. Direnmenin beş yolu gözlenmiştir (Freedman, Carlsmith ve Sears, 1974).

1. Propagandanın görüşünü bir karşı görüşle çürütmek: Burada, dinleyici propagandada ileri sürülen görüşe akılcı bir yaklaşımla, usavuruşla direnir. Propagandanın görüşünü mantıkla çürütebilirse, tutarsızlık da ortadan kalkacak demektir. Ancak birçok durumda, dinleyiciler bu tür aktif usavurmaya girişmeyecek kadar tembeldirler ya da propagandanın görüşünü çürütmek için yeterli bilgi ya da zekâya sahip olmayabilirler. Onun için bu direnme yolu her zaman kullanılmaz.

2. Propagandanın görüşünü reddetmek (kabul etmemek): Burada, duyulana inanmama söz konusudur. Örneğin, radyodan kendi görüşüne uymayan bir konuşma dinleyen Ahmet, mantığa dayanan karşıt bir görüş ileri sürmeden "Hayır, bu doğru değil, inanmam." diye propagandayı reddedebilir. Bu, propagandaya karşı yaygın bir direniş türüdür.

3. Propagandacıyı reddetmek (kaynağı kötülemek): Bu mekanizmada propagandanın içeriği değil, kimin tarafından yapıldığı önem kazanmaktadır. Dinleyici, propagandacıyı olumsuz olarak nitelendirerek onun söylediğine katılmaz. Örneğin, Mehmet, A partiliyse, televizyonda karşıt partinin temsilcisinin konuşmasını, kaynak

karşıt partili olduğu için, ne söylediğini dinlemeden baştan reddedebilir. Bundan önceki bölümde ele aldığımız denge ve bilişsel tutarlılık kavramlarına göre olumsuz birisiyle aynı fikirde olmamak dengeli bir durumdur. Böylece kişi, eski görüşünü değiştirmeye zorlanmayacaktır (dolayısı ile propagandanın görüşüne karşı direnmiş olacaktır).

4. Propagandada verilen bilgiyi esas amacından saptırarak bozmak, yozlaştırmak: Burada bir yorum sorunu ortaya çıkmaktadır. Dinleyici, propagandanın görüşünü kendi ihtiyaçları doğrultusunda öyle yorumlayabilir ki, propagandanın görüşüyle kendi görüşü arasındaki tutarsızlık azalabilir, hatta kaybolabilir. Böylece de, kişi kendi görüşünü değiştirmemiş (yani propagandanın etkisine karşı direnmiş) olur. Bunu yapabilmek için dinleyici özellikle *seçici algılamadan* yararlanabilir. Örneğin, Ali gazetede okuduğu bir makale veya haberin işine geldiği taraflarının üstünde dikkatle durup işine gelmeyen taraflarına pek dikkat etmeyebilir, böylece bir tutarsızlık ortaya çıkmayacaktır.

5. Mantığa bürünme ve diğer savunma mekanizmalarına başvurmak: Çatışma ve uyum psikolojisini inceleyen psikologların bize gösterdiği gibi, insanlar çatışma ve sıkıntıdan kurtulmak ve egoyu savunmak için çeşitli yollara başvurabilirler. Bunlardan özellikle mantığa bürünme (akılcı hale getirme, açıklama) etkileyici iletişime direnme yollarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin, fikir hürriyetine taraftar olduğunu söyleyen Ali, kendi politik görüşüne karşıt görüşü savunan propagandanın televizyonda sansüre tabi olmasını savunabilir ve bu tutarsızlığı da yurt çıkarları bahanesi ile mantığa büründürebilir. Bu ve bu tür savunma mekanizmaları ile propagandanın ortaya çıkardığı tutarsızlık giderilmiş ve propagandanın etkisine karşı direnilmiş olur.

Etkileyici İletişimin Öğeleri

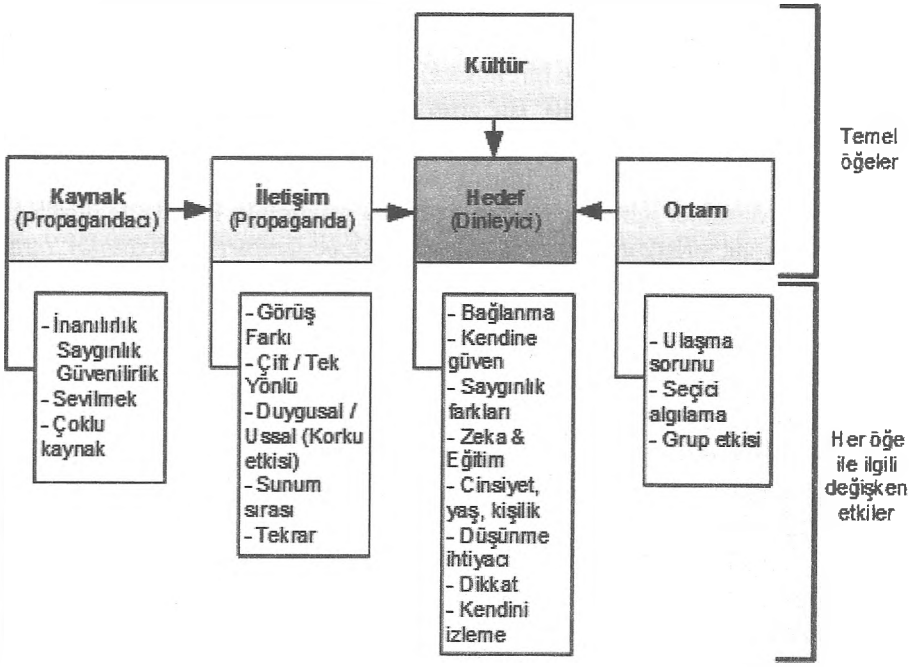
Kişinin yukarıda anlatılan direnme yollarından birini seçmek yerine tutumunu değiştirmesini sağlayabilmek için, yani propagandayı kabul etmesi için propagandanın gerçekten çok etkili olması gerekir. Bu etki derecesini propaganda, yani etkileyici iletişim olayının çeşitli öğeleri tayin eder (Hovland ve ark., 1953). Bu öğeleri basit bir model içinde gösterelim (bkz. Şekil 6.4). Bu modelde etkileşim süreci bir tutum değişimi (ya da oluşumu) süreci olarak ele alınmaktadır. Bu tutum değişimi, hedefte oluşmakta ve modelde belirtilen çeşitli etkenler tarafından etkilenmektedir.

Şekil 6.4'te etkileyici iletişim bir sosyal etki olgusu olarak

- kaynak,
- iletişim,
- hedef ve
- ortam ana öğelerinden oluşmaktadır.

Bu dört temel öğe her etkileyici iletişimde mutlak söz konusudur, yani değişmeyen öğelerdir. Bunların her birinin çeşitli özellikleri hem teker teker hem de birbirleriyle etkileşim içinde iletişimin etkinlik derecesini belirler.

Şekil 6.4
Temel İletişim ve Tutum Değişimi Modeli



I – Kaynağın Özellikleri

Propagandanın etkinliği ile doğrudan ilişkili değişkenlerin başında, propaganda kaynağının özellikleri gelir. Propagandayı yapan kimsenin çeşitli özelliklerini ilgili araştırmalardan örnekler vererek ele alalım.

a) İnanılırlık

Hangi propaganda kaynaklarına daha çok inanılır? İnanılır olmak için kaynağın hangi özelliklere sahip olması gerekir? Bu sorular birçok araştırmaya konu olmuştur; çünkü gerek günlük yaşantımız, gerek araştırma sonuçları inanılır kaynaktan gelen etkileyici iletişimin hedefte daha fazla tutum değişimi yarattığını göstermektedir.

Hovland ve Weiss (1951) inanılırlığın, iki faktöre bağlı olduğunu öne sürmüşlerdir: *uzmanlık* ve *güvenilirlik*. Uzmanlık özelliğini daha genel bir anlamda *saygınlık*

(prestij) olarak da ele alabiliriz. Bir kaynağın güvenilirliği ise, ona dinleyici tarafından atfedilen maksatla ilgilidir. Bu özellikleri ayrı ayrı inceleyelim.

1. Saygınlık (prestij): Saygınlık genel bir özellik olup, daha ziyade, propagandacının propaganda konusunda uzman olup olmadığı ve dinleyicinin propagandacıya duyduğu saygı derecesiyle ilgilidir. Bu değişkenle yapılan çeşitli araştırmaların vardığı kesin sonuç, propagandacının saygınlığı ile dinleyicide yaratılan tutum değişiminin doğrudan ilişkili olduğudur. Yani, yüksek saygınlığı olan kaynaktan gelen iletişim daha kolaylıkla kabul edilebilmektedir. Örneğin, bu konuya ilk eğilen araştırmalardan birini yapan Hovland ve Weiss (1951) kaynağın saygınlığının, iletişimin etkisini arttırdığını gösterdiler. Bu deneyde denekler çeşitli konularda teypten bazı konuşmalar dinlediler. Örneğin, bu konulardan biri nükleer denizaltıların olanaklılığı idi (1951'de nükleer denizaltı bir hayal gibiydi). Bir grup deneğe konuşmanın kaynağı tanınmış fizikçi bilim adamı Oppenheimer olarak bildirildi. Diğer bir grup deneğe ise, konuşmanın o zaman Sovyet resmi yayın organı olan Pravda Gazetesi'nden alındığı bildirildi. Amerikalı denekler için Oppenheimer yüksek saygınlığı; Pravda da düşük saygınlığı olan kaynak olduğundan, aynı konuşma Oppenheimer'a atfedildiği zaman, Pravda'ya atfedildiğinden daha fazla etkili oldu, yani denekler bu konudaki tutumlarını değiştirip propagandada ileri sürülen görüşü benimsediler.

Acaba bu fark neden ortaya çıkıyor? Geştaltçı bir görüşten hareket eden Asch (1952), bunun nedenini, dinleyicinin gözünde kaynağın saygınlığının, iletişimin anlamında bir dereceye kadar değiştirmesinde bulmuştur. Bir deneyle Asch (1952) değişik kaynaklara atfedilen *aynı* cümlelerin denekler tarafından farklı biçimde anlaşıldığını (yorumlandığını) göstermiştir. Örneğin, kullanılan cümlelerden birisi şöyleydi: "Arada bir, biraz başkaldırma iyi bir şeydir ve –fiziki dünyada fırtınalar nasıl gerekli ise– politik dünyada da o kadar gereklidir. "Bir kısım deneğe bu cümlenin Amerika eski cumhurbaşkanlarından Jefferson'a; bir kısım deneğe de Lenin'e ait olduğu söylendi. Cümlenin Jefferson'a ait olduğunu düşünen denekler, cümleyi fikir özgürlüğüne dayanan bireysel başkaldırma olarak yorumlarken, cümlenin Lenin'e ait olduğunu düşünen denekler, Marksist sınıf çatışmasına dayanan toplumsal başkaldırma olarak yorumladılar.

Açıkça görüldüğü gibi, cümlenin içeriği, kaynağına bağlı olarak anlam değiştirmiştir. Demek ki aynı şekilde Hovland ve Weiss (1951) deneyinde de, konuşmanın atfedildiği kaynak, konuşmanın anlamını dinleyicinin gözünde değiştirmiş olabileceği için, iki farklı atıf durumu arasında dinleyicide tutum değişimi yaratabilme bakımından fark ortaya çıkmış olabilir.

Bu kısıma başlarken, dinleyicinin propagandanın etkisine direnme yollarından biri olarak, propagandayı işine geldiği gibi yorumlanmasından söz etmiştik. Şimdi de görüyoruz ki, bilinçli ya da bilinçsiz, direnme söz konusu olmasa da, dinleyicinin yorumu bir etken olmaya devam etmektedir. Aslında, bu kısımda ele alacağımız tüm etkenler, hep dinleyicinin yorumunu etkilemeleri açısından önemli olmaktadır. Bu bilişsel öğenin önemini göz önünde bulundurmakta yarar vardır.

Ancak kaynağın saygınlığı, iletişimin anlamını değiştirmediği zaman da dinleyicide tutum değişimi yaratabilmektedir. Bunu gösteren bir araştırma, Aronson, Turner ve Carlsmith (1963) tarafından yapılmıştır. Bu deneyde, deneklerden, şairi belirsiz bazı modern dörtlükleri değerlendirmeleri istenmiştir. Sonra aynı dörtlükler hakkında olumlu bir değerlendirme verilmiştir. Bir gruba bu olumlu değerlendirmenin tanınmış şair T.S. Eliot tarafından yapılmış olduğu, diğer gruba ise bir üniversite öğrencisi tarafından yapılmış olduğu söylenmiştir. Sonra deneklerden dörtlükleri tekrar değerlendirmeleri istenmiştir. T.S. Eliot'a atfedilen olumlu değerlendirme iletişimi, deneklerin dörtlükler hakkındaki tutumunu diğer iletişimden çok daha fazla etkilemiştir. İkinci bir değerlendirmede dörtlükleri T.S. Eliot'un beğendiğini düşünen bu denekler, dörtlükleri diğer deneklerden daha çok beğendiklerini belirtmişlerdir.

Bu çalışmaların hepsi, uzmanlığa dayanan saygınlığın propagandadaki önemini göstermektedir. Propaganda kaynağının saygınlığı ne kadar yüksekse, inanılırlığı da o kadar çok olacaktır. Propaganda kaynağını inanılır yapan ikinci özellik de güvenilirliktir.

2. Güvenilirlik (amaç): Propaganda kaynağının uzmanlığının ötesinde, güvenilir de olması, hedefi etkileyebilmesi için çok önemlidir. Bir etkileyici iletişim kaynağı, konusunda ne kadar uzman olursa olsun, o iletişimi yapmaktaki amacı dinleyiciyi ikna etmek hatta kandırmak olarak yorumlanırsa, o dinleyici üstünde fazla bir etkisi olmayacaktır. Başka bir deyişle, dinleyici tarafından iletişim kaynağının, o iletişimden kişisel bir kazanç sağlamadığı düşünülürse, bu durum, o iletişimin etkisini arttırır. Örneğin, bir araştırmada (Walster, Aronson ve Abrahams, 1966) teypten dinlenen ve daha güçlü bir polis kuvvetinin ve mahkemelerde suçlulara karşı daha sert karar alınmasının gerektiğini savunan bir konuşma, iki ayrı kaynağa atfedilmiştir. Bu kaynaklardan biri devamlı hapse girip çıkan bir sabıkalı, diğeri ise bir savcı idi. Savcı herhalde sabıkalı ile karşılaştırılınca hem kanunlar konusunda uzmandır, hem de daha güvenilir bir kişidir. Dolayısıyla, ona atfedildiği zaman iletişimin, dinleyicilerde daha fazla tutum değişimi yaratması beklenebilir. Acaba sonuç gerçekten böyle mi olmuştur?

Hayır! Sabıkalıya atfedildiği zaman iletişim daha etkili olmuştur; çünkü güçlü polis kuvveti ve sert kanunlar sabıkalının çıkarına ters düşer. Demek ki, bu konuşmadan kişisel bir çıkarı yoktur. Böylece sabıkalı, bir art niyetle konuşmadığı için saygıdeğer savcıdan daha etkili olabilmektedir.

Bu sonucun doğrudan, iletişim kaynağına dinleyici tarafından atfedilen amaçla ilgili olduğu ortaya çıkmıştır; çünkü aynı sabıkalıya polis kuvvetinin azaltılması ve cezaların hafifletilmesi konusunda bir konuşma atfedilince sonuç tam tersi olmuş, dinleyiciler onun fikrinden hiç etkilenmemişlerdir. Çünkü burada sabıkalı kendi çıkarı doğrultusunda konuşmuş olarak yorumlanmıştır. Demek ki, eğer kaynak çıkarcı bir iletişim yapmazsa, hatta yaptığı iletişim kendi çıkarlarına ters düşerse, çok daha güvenilir ve etkili olabilmektedir.

Buna benzer bir diğer sorun da, iletişimin, dinleyici tarafından kendi tutumunu değiştirmeye yönelmiş olup olmadığı şeklinde yorumlanmasıdır. Dinleyici, etkileyici

iletişimin kendisine yöneltilmemiş olduğunu düşünürse, ondan daha fazla etkilenmektedir. Bu, kişinin etkilenmediğini sandığı zaman aslında daha fazla etkilendiğini gösteren ilginç bir olgudur. Örneğin, araştırmalar, tesadüfen duyulduğu zannedilen iletişimin daha etkili olduğunu saptamışlardır (Walster ve Festinger, 1962; Brock ve Becker, 1965).

Bu araştırmalardan birinde (Walster ve Festinger, 1962), deney o şekilde ayarlanmıştı ki, deneysel koşullarda yandaki odada bir sorun üzerinde konuşan kişilerin deneğin varlığından haberdar oldukları deneğe bildirilmişti. İkinci deneysel koşulda ise, denek yandaki odada konuşanların kendisinin orada olduğunu bilmediklerini zannediyordu. İkinci koşuldaki denek, yan odadaki konuşmanın çok daha fazla etkisinde kaldı. Demek ki, tesadüfi olarak duyulduğu zannedilen iletişim –adı üstünde– kişiyi etkileme amacı taşımadığından, yani bir art niyetle yapılmadığından, daha güvenilir olarak algılanmaktadır. Bu tür bir iletişim, günlük tabiriyle "propaganda"ya daha az benzediğinden, daha etkili olmaktadır. Bu bulgular bize, kişinin kendi fikrini değiştirme amacına yönelik propagandaya direndiğini de açıkça göstermektedir. Başka bir deyişle, insanlar açıkça tutumlarını değiştirmeye çalışan propagandayı kabul edip tutumlarını ona uygun bir şekilde değiştirmeyi kendilerine yedirememekte; fakat bu amaç açıkça ortaya konmamışsa, pekâlâ propagandayı kabul edebilmektedirler.

Acaba bu her türlü propaganda ve propagandacı için geçerli olan bir olgu mudur? Herhalde değil! Çünkü öyle olsaydı, açıkça dinleyicinin fikrini değiştirmeye yönelik reklamlar hiç etkili olamazdı. Oysa reklamların çok etkili olduğunu hepimiz biliyoruz. Ayrıca, reklam yapan kişinin bu etkileme çabasını bir art niyetle yaptığı da ortadadır: Reklamı bir para (çıkar) karşılığı yapmaktadır. Belli ki, örneğin, bir film yıldızına, dinleyicilerini ikna etmemesi için değil, ikna etmesi için reklam yaptırılmakta ve para verilmektedir. Peki, bu açıkça dinleyicinin tutumunu değiştirmeye yönelmiş art niyetli iletişim nasıl etkili olabilmektedir? Burada propagandacının bir diğer özelliği söz konusu olmaktadır. Bu da propagandacının sevilmesidir.

b) Hoşa gitme, beğenme

İletişim kaynağının sevilen, hoş bir kimse olması da kendi başına önemli bir etken olarak belirmektedir. Öyle ki, bu propagandacının bizi etkilemeye uğraştığı açıkça belli olduğu halde, sevdiğimiz, beğendiğimiz bir kimse olduğu için sanki bu etkiyi severek kabul etmekte, hatta belki de onu memnun etmek ister gibi davranabilmekteyiz.

Bunu gösteren bir araştırma Mills ve Aronson (1955) tarafından yapılmıştır. Bu deneyde, güzel ve çekici bir kadın bir grup erkek dinleyiciye bir konu hakkında konuşmuş ve sırf güzel olduğu için o konuda dinleyicileri etkileyebilmiştir. Üstelik dinleyicileri ikna etmek istediğini açıkça söylediği zaman daha da etkili olmuştur.

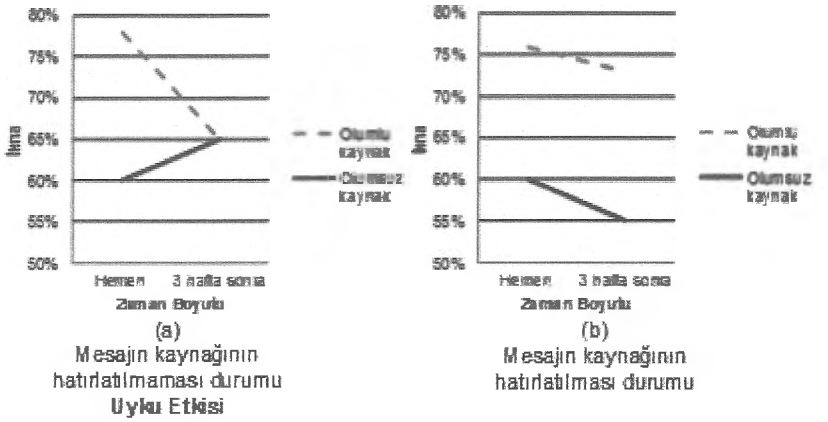
Şimdi televizyon reklamlarında güzel kızların, sevilen sporcuların, sinema yıldızlarının izleyiciyi açıkça ikna etmeye çalıştıkları halde (ya da bundan dolayı) nasıl başarılı olabildiklerini daha iyi anlayabiliriz.

Ayrıca, sevilen ve beğenilen iletişim kaynağı, izleyici (dinleyici) için aynı zamanda taklit edilebilecek ya da özdeşleşilebilecek bir kişi olarak belirebilir. Örneğin,

güzel bir sinema yıldızının bir şampuan reklamını seyreden 16 yaşındaki Ayşe, o yıldıza benzeyebilmek ya da onunla özdeşleşebilmek için o şampuanı kullanmaya başlayabilir. Bu nedenlerle, iletişim kaynağının hedef için cazibesi, iletişimin etkinliğini arttıran etkenlerden biridir.

Bütün bu bulgular bize, bir iletişimin etkili olabilmesinde, iletişim kaynağının rolünün, yani propagandayı kimin, ne maksatla yaptığının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Şekil 6.5
Kaynak ve Tutum Değişimi



Ancak gene bazı araştırmalar, iletişim kaynağının etkisinin kısa süreli olabileceğini de göstermiştir. Bu ilginç ve önemli olgu, *uyku etkisi* diye adlandırılmıştır. Bu etkinin ortaya çıktığı Kelman ve Hovland'ın (1953) araştırmasında, yüksek saygınlığı olan ve olumlu bir kaynaktan gelen etkileyici iletişimin, düşük saygınlığı olan ve olumsuz bir kaynaktan gelenden daha fazla tutum değişimine yol açmıştır, yani kabul edilmiştir. Üç hafta sonra ise iki dinleyici grubuna tekrar aynı konudaki tutumları sorulduğunda iki grup arasındaki farkın çok azaldığı görülmüştür. Yani olumlu kaynaktan mesajı dinleyenler ilk duruma göre daha az inanır hale gelmişlerdir, olumsuz kaynaktan gelen mesajı dinleyenler de ilk zamana göre daha fazla inanır hale gelmişlerdir (bkz. Şekil 6.5; a).

Örneğin: Karşıt partinin lideri tarafından yapılan seçim konuşmasını dinleyen kişiler konuşmada geçen mesajları dikkate almayabilirler, çünkü mesaj onlar için güvenilir olmayan, olumsuz bir kaynaktan gelmektedir. Bu sebepten konuşmayı dinleyenler mesajdan etkilenmeyecek ve ikna olmayacaklardır. Ancak zamanla seçmenler sadece mesajın içeriğini hatırlayıp güvenilir olmayan mesaj kaynağını hatırlamayacaktır. Bu yüzden dinleyiciler zaman içinde konuşmayı dinledikleri ilk güne göre mesajdan daha fazla etkilenecektir.

Bu durumu şöyle açıklayabiliriz: Zamanla propagandadaki bilgiler, zihinde propagandacının kişisel özelliklerinden ayrılmakta ya da bilgiler hatırlanmakta, fakat kaynak unutulmaktadır. Yani mesajın güvenilir ya da güvenilir olmayan kaynaktan geldiğini hatırlamaz hale geliriz. Dolayısıyla, eğer kaynak güvenilir ise propagandanın kabulünü etkileyici gücü azalmakta; eğer kaynak kişi için güvenilir değilse propagandanın kabulünü etkileyici gücü artmaktadır. Nitekim bu araştırmada, 3 hafta sonra, başka bir grup deneğe propaganda kaynakları tekrar hatırlatılıp tutumları ölçüldüğü zaman, ilk ölçmedeki fark tekrar ortaya çıkmıştı (bkz. Şekil 6.5; b).

Kumkale ve Albarracin (2004)' ün yaptığı meta-analiz çalışması eğer mesaj ve mesajın ipuçları güçlü bir ilk etkiye sahip ise olumsuz kaynağı dinleyen kişilerin zaman içinde mesaja inandıklarını ve ikna olduklarını göstermiştir. Ayrıca, eğer dinleyici mesaj hakkında düşünmek için yüksek motivasyon ve yeteneğe sahip ise zaman içinde iknadaki artışın daha da güçlü olduğu görülmüştür. Son olarak, eğer dinleyici mesajın olumsuz bir kaynaktan geldiğini mesajı duydukdan *sonra* öğrendiyse yine ikna oranındaki artış daha fazla olacaktır.

Demek ki insanlar, duyduklarını, kaynaklardan bağımsız olarak hatırlayabilmektedirler. Bazen duyduğumuz ya da okuduğumuz bir şeyi hatırlayıp da kaynağını unuttuğumuz ve "birinden duymuştum" veya "bir yerde okumuştum" dediğimiz zaman olduğu gibi. Bu bize söylenti ve dedikoduların niçin sürüp gittiğini de bir dereceye kadar açıklamaktadır. Örneğin, dedikoducu bir kimseden ilk duyduğumuzda pek inanmadığımız bir bilgi, bu güvenilmeyen kaynağından bağımsız olarak aklımızda kalırsa, bir müddet sonra ona kendimiz de daha fazla inanıp başkalarına da daha emin olarak nakledebiliriz.

Bu olgudan kaynağın etkisinin geçici olabileceğini görmekle beraber, gene de propagandanın etkinliğinde kaynağın önemini unutmamalıyız. Bu konuda yapılmış pek çok araştırma, bugün artık propagandada kaynağın rolünü kesinlikle saptamıştır. Son olarak da kaynağın çok sayıda olmasının etkilerini inceleyelim.

c) Çoklu iletişim kaynağı etkisi

Sosyal etki kuramı (Jackson, 1987; Latane, 1981; Sedidikes ve Jackson, 1990) ikna denemelerinin başarısının iletişim kaynaklarının gücüne (sosyal statü), yakınlığına (fiziksel ve psikolojik mesafe) ve sayısına bağlı olduğunu savunur. Yani, iletişim kaynakları, güçlü, fiziksel olarak yakın ve çok sayıda ise dinleyici üzerinde daha çok etkisi olacaktır. Bu teorinin bütün tahminleri henüz test edilmese de, çoklu iletişim kaynağı etkisini destekleyen çalışmalar vardır.

Sosyal etki kuramına göre dinleyici mesajı tek bir kaynak yerine birçok iletişim kaynağından alırsa, mesajdan daha çok etkilenecektir. Çalışmalar bu etkinin özellikle mesaj güçlüyken ortaya çıktığını göstermiştir.

Bu etkinin çıkabilmesi için bazı nitelikler gereklidir. Öncelikle, dinleyici kaynakları birbirinden bağımsız olarak algılamalıdır. Eğer dinleyici kaynakların birbiriyle anlaşmalı olduğunu düşünürse, çoklu iletişim kaynağı etkisi yok olacaktır.

Bir diğer nitelik de, iknayı arttırmada çoklu kaynak sayısının bir üst sınırı bulunmasıdır. Daha fazla iletişim kaynağı eklemek iknayı belli bir noktaya kadar arttırır.

Örneğin; bir mesajın tek bir kaynaktan gelmesi yerine üç kaynaktan gelmesi daha etkili olacaktır; ancak on üç kaynaktan gelen bir mesaj on bir kaynaktan gelen bir mesajdan daha etkili olmayabilir.

Kaynağın önemini ve özelliklerini böylece inceledikten sonra şimdi de Şekil 6.4'teki Temel İletişim ve Tutum Değişimi Modeli'ndeki ikinci temel öğeyi, yani iletişimin içeriğini ele alalım:

II – İletişimin Özellikleri

Propagandanın etkinliği, şüphesiz, propagandanın içeriği ile de çok yakından ilgilidir. Burada propagandanın *ne* dediğine dikkatimizi çeviriyoruz. İletişimin inceleyeceğimiz ilk özelliği, öne sürdüğü fikrin, dinleyicinin fikrinden ne kadar farklı olduğudur.

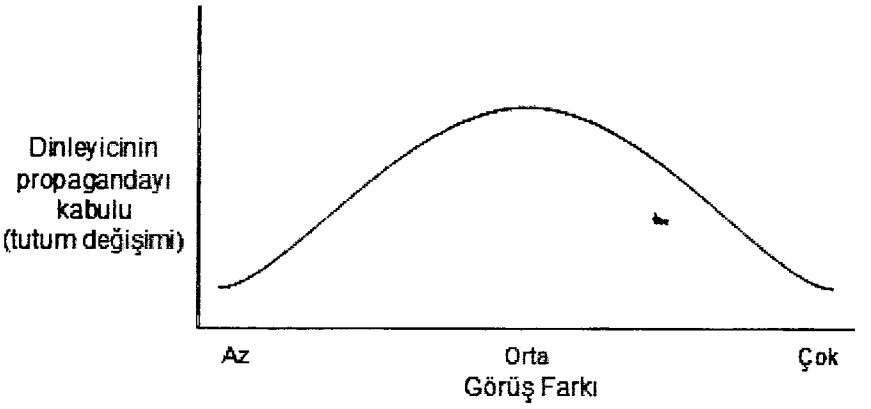
a) Görüş farkı

Propagandanın ikna edici gücünü etkileyen önemli bir etken, dinleyicinin görüşünden ne kadar farklı bir görüşü ileri sürdüğüdür. Bir önceki bölümde bahsettiğimiz bilişsel tutarlılık kuramlarının ışığı altında şunu söyleyebiliriz: Propagandanın iddiası (tutumu) ile dinleyicinin tutumu arasındaki fark ne kadar büyükse, ortaya çıkan tutarsızlık da o kadar büyük olacağından, bu tutarsızlığı gidermek için dinleyicide oluşması gereken tutum değişimi de o kadar büyük olacaktır. Yani, söz konusu iki tutum arasındaki fark ne kadar çoksa, o farkı kapatmak için o kadar fazla bir tutum değişimi gerekir.

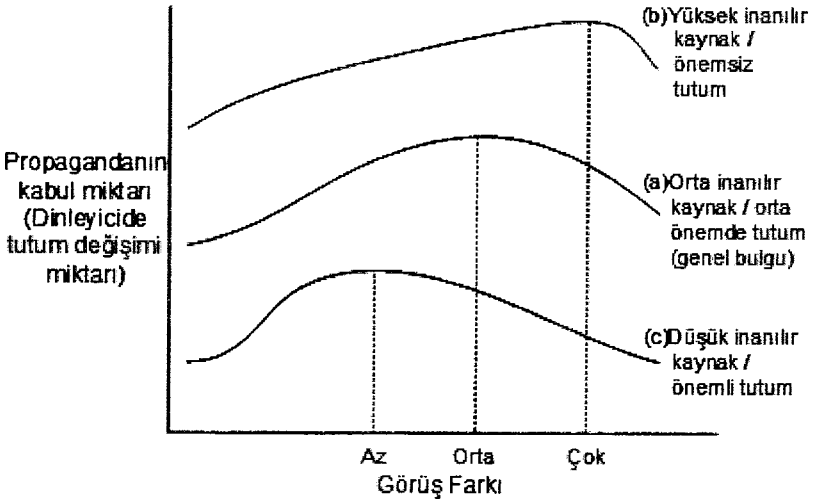
Ancak, bu bölümün başında da belirtildiği gibi, tutarsızlığı gidermek için tutum değişiminden başka yollar da dinleyiciye açıktır. Bundan dolayı, farkın büyüklüğüyle tutum değişiminin büyüklüğü arasında doğrusal bir ilişki olmadığı görülmektedir. İlişki doğrusal değil, eğriseldir; yani kuadratiktir. Bu durumu şöyle açıklayabiliriz: Propagandada öne sürülen görüşle, dinleyicinin görüşü birbirine çok yakınsa, bilişsel tutarsızlık söz konusu olmadığından tutum değişimine de sebep yoktur (tutum değişimi çok azdır). Buna karşılık, orta derecede bir fark söz konusu ise, kişinin tutumunu değiştirmesi için önemli bir zorlama var demektir. Çünkü tutarsızlık yaratan bu farkın bertaraf edilmesi gerekir (tutum değişimi çoktur). Ancak aradaki fark daha da fazlalaştıkça, gittikçe artan bir tutum değişimi gerektiğinden, bu fazla miktarda tutum değişiminin meydana gelmesi güçleşecek, buna karşılık, propagandaya karşı direnme daha çok ortaya çıkacaktır. Bu durumda da tutum değişiminde bir azalma görülecektir. Bu genel, eğrisel ilişkiyi bir grafikle gösterebiliriz (bkz. Şekil 6.6)

Ancak çeşitli araştırmalar, bu olgunun Şekil 6.6'da beliren genel eğrisel ilişkiden daha karmaşık olduğunu göstermiştir. Bunun nedeni, diğer bazı etkenlerin de bu ilişkiyi etkilemesidir. Bu etkenler, propagandacının inanılırlığı ile dinleyicinin söz konusu tutumunun kendisi için ne derece önemli olduğudur. Demek ki, çeşitli etkenlerin etkileşimi söz konusudur.

Şekil 6.6
Tutum Değişimi-Görüş Farkı Grafiği



Şekil 6.7
Tutum Değişimi Miktarı-Görüş Farkı Grafiği


Propagandanın kabul miktarı (Dinleyicide tutum değişimi miktarı)
(b)Yüksek inanılır kaynak / önemsiz tutum
(a)Orta inanılır kaynak / orta önemde tutum (genel bulgu)
(c)Düşük inanılır kaynak / önemli tutum
Az
Orta
Çok
Görüş Farkı

Diyelim ki, sizin tutumunuzdan belirli derecede farklı bir tutumu savunan bir iletişim, yüksek inanılırlığı olan bir kaynaktan (örneğin, çok güvendiğiniz bir arkadaştan) ya da düşük inanılırlığı olan bir kaynaktan (örneğin tanımadığınız birinden) geliyor. Etkisi ikisinde de aynı mı olacaktır? Herhalde hayır. Güvendiğiniz arkadaştan

gelen (görüşünüze aykırı) iletişim, kendi görüşünüzü değiştirmek için sizi daha fazla zorlayacaktır.

Şimdi de tutumun dinleyici için ne kadar önemli olduğunu inceleyelim. Olumlu bir propagandacı (örneğin cazip bir sinema yıldızı), önemsiz bir tutumunuzu ya da önemli bir tutumunuzu değiştirmeye çalışırsa, iki durumda da aynı derecede mi başarılı olacaktır? Herhalde hayır. Örneğin, bu yıldız bir şampuan konusundaki tutum ve davranışınızı belki değiştirebilir; ama herhalde seçimlerde hangi politik partiye oy vereceğiniz konusunda fikrinizi değiştiremez.

Bütün bu yukarıda ele aldığımız noktaları bir araya getirerek bir etkileşim modeli geliştirebiliriz. Şekil 6.7, grafikle böyle bir modeli bize göstermektedir.

Bu etkileşim modeline göre de, bundan önceki genel modelde olduğu gibi, genel olarak dinleyicinin görüşü ile propagandanın iddiası arasında orta derecede bir fark olduğu zaman dinleyicide en fazla tutum değişimi yaratılmaktadır (Şekil 6.7; a). Ancak, bu en fazla tutum değişiminin meydana geldiği nokta, propagandacının inanılırlığı tarafından tayin edilmektedir. Şöyle ki, çok inanılır bir kaynaktan gelen propaganda için, bu en yüksek tutum değişimi noktasına izleyicinin tutumuyla propagandanın tutumu arasında daha büyük bir fark olduğu düzeyde erişilmektedir (b). Başka bir deyişle, dinleyicinin görüşünden oldukça farklı bir görüşü savunan bir propaganda bile eğer yüksek inanılırlığı olan bir kaynaktan geliyorsa, kişide tutum değişimi yaratabilecektir. Buna karşılık, düşük inanılırlığı olan bir propagandacının dinleyicinin görüşünden biraz farklı propagandası bile, dinleyici tarafından kabul edilmeyebilir (c).

Bu etkileşim modeline bir değişken etkenin daha katıldığını görüyoruz. O da, dinleyici için konunun ve kendi tutumunun önemidir.

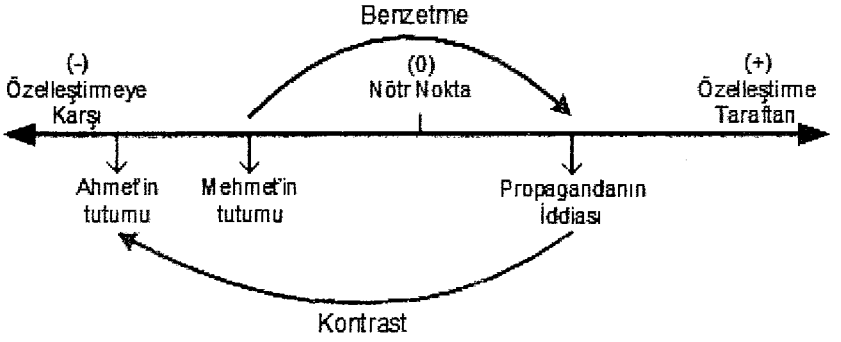
Kişi için çok önemi olan bir tutumun değiştirilmesi çok güç olduğundan bu tür bir tutumdan farklı bir görüşü savunan bir propagandanın reddedilme noktası da grafikte daha erken oluşabilecektir (c). Yani kişi, kuvvetle inandığı bir görüşten az farklı görüşleri bile reddetme eğiliminde olacaktır. Buna karşılık pek önemli olmayan bir konuda oldukça farklı propaganda bile dinleyici tarafından kabul görebilir (b). Bu olgu, Hovland, Harvey ve Sherif (1957) tarafından "kabul alanı-ret alanı" kavramlarıyla açıklanmıştır. Şöyle ki, kuvvetli ya da aşırı tutumlar için, farklı propagandayı ret alanı, kabul alanından daha fazladır. Fazla önemli olmayan zayıf tutumlar için ise, bunun tersi söz konusudur. Yani, bir kişi bir fikre çok kuvvetle bağlanmışsa, kendi görüşünden farklı fikirleri olduklarından da daha farklı bir biçimde yorumlayıp, reddedecektir.

Bu mekanizma, kontrast yaparak ret alanına itmek, şeklinde tanımlanmaktadır. O kadar kuvvetle bağlanılmamış bir tutum konusunda ise, farklı propaganda, olduğundan daha az farklı bir biçimde yorumlanarak kabul edilebilecektir. Bu mekanizma ise, özümseme, yani benzetme yaparak kabul alanının içine alma şeklinde tanımlanmaktadır. Hatırlanabileceği gibi, bu kavramlara beşinci bölümde, tutum değişimine sosyal yargı kuramı yaklaşımını incelerken kısaca değinmiştik.

Bu durumu basit bir çizimle gösterelim. Çok kuvvetle bağlanılan tutumlar genellikle aşırı tutumlardır. Buna göre, örneğin özelleştirmeye karşı aşırı olumsuz tutumu

olan Ahmet, devlet sanayi kuruluşlarının özelleştirilmesinin avantajlarını belirten bir propagandayı nasıl karşılayacaktır?

Şekil 6.8
Kontrastı Yaparak Ret Alanına İnmek



Bu modele göre, Ahmet bu propagandayı gerçekte olduğundan da daha fazla kendi fikrine aykırı görecek, yani propagandayı olduğundan daha aşırı görecek ve reddedecektir. Bu kontrastı yapma eğilimi, aşırı tutumu olan dinleyicide daha fazladır çünkü aşırı tutumunu değiştirip propagandayı kabul etmek daha fazla bir tutum değişimini gerektireceğinden (şekilde görüldüğü gibi, tutum boyutunda daha fazla mesafe kat edilmesi gerekeceğinden) daha zordur. Hâlbuki propagandayı olduğundan daha aşırı görüp reddetmek daha kolaydır. Bu mekanizmanın politik tartışmalarda söz konusu olduğunu görüyoruz. Sol politik görüşe sahip kimselerin, kendilerine aykırı gelen görüşleri faşist olarak; sağ politik görüşü olanların da kendilerine ters düşen görüşleri komünist olarak nitelendirmeleri gibi.

Özelleştirme konusunda daha tarafsız olan (ılımlı tutuma sahip) Mehmet için ise durum farklı olabilir. Şöyle ki, aynı propaganda Mehmet'in fikrinden o kadar uzakta olmadığından Mehmet'in bu propagandayı kabul etmesi, kendi fikrini çok fazla değiştirmesini (tutum boyutunda fazla mesafe kat etmesini) gerektirmez, yani kolaydır. Bunu daha da kolaylaştırmak için, Mehmet, propagandayı gerçekte olduğundan da daha fazla kendi fikrine yakın görme (benzetme) eğiliminde olacaktır.

Bu örnekler bize, iletişimde görüş farklarının önemini göstermektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, iletişim kaynağının inanılırlığı da görüş farkı ile etkileşime girmekte, görüş farkı çok olduğu zaman bile dinleyicideki tutum değişimini arttırıcı rol oynamaktadır.

b) Tek yönlü – çift yönlü iletişim

İletişimin ikinci önemli özelliği, tek ya da çift yönlü oluşudur. *Tek yönlü iletişim*de sadece ileri sürülen tez (görüş) açıklanır, ters bir görüşe yer verilmez. *Çift yönlü iletişim*de ise, karşıt tezin görüşünden de söz edilir ve çoğunlukla bu karşıt tez çürütülür.

Bir propagandacı sadece kendi görüşünü mü ileri sürmeli, yoksa karşı teze de konuşmasında yer vermeli midir? Örneğin Ahmet, Toyota marka otomobil satan bir acentede satıcı olarak çalışıyorsa, müşterisine Renault marka otomobillerin de bazı iyi taraflarından söz etmeli mi etmemeli mi? Örneğin bazı politikacılar, konuşmalarında karşıt parti politikacılarının görüşlerine de yer verirler, bazıları ise onların adından söz etmemeye çaba harcarlar. Acaba hangisi doğrudur?

Bu konuda yapılan birçok araştırma genellikle çift yönlü propagandanın daha etkin olduğunu göstermiştir, çünkü karşıt tezin de iddialarına yer veren bir etkileyici iletişim, daha objektif, daha az "propaganda" gibi görünecektir. Özellikle konu basit ve iyi bilinen bir konu ise ve/veya dinleyici baştan propagandayla aynı fikirde değilse, karşı teze ait iddialardan haberdardır demektir: Propagandacı bunlardan hiç söz etmezse, gerçeği bilhassa saklıyor ve objektif davranmıyor görünümünü verecek, böylece de güvenilirliğini yitirecektir.

Demek ki, dinleyici ile ilgili bir değişken etken (yani dinleyicinin başta propagandayla aynı fikirde olup olmaması ve konu hakkındaki genel bilgisi) burada etkileşime girmektedir. Etkileşime giren diğer dinleyici özellikleri de zekâ ve eğitim düzeyidir. Dinleyicilerin zekâ ve eğitimleri ne kadar yüksekse, çift yönlü propagandanın ikna edici etkisi, tek yönlü propagandaya oranla o kadar artacaktır. Çünkü eğitim ve zekâ düzeyi arttıkça bir problemin çeşitli yönlerini bilmek ya da tahmin etmek olasılığı da artacak, dolayısıyla da, o problemi sadece bir tek yönden ele alan bir etkileyici iletişim, güvenilir ve adil görülmeyerek reddedilebilecektir.

Yeni bazı çalışmalarda da çift yönlü mesajların tek yönlü mesajlardan daha etkili olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin, Werner, Stoll, Birch ve White (2002) alüminyum kutuların geri dönüşümünü arttırmak için yaptıkları bir deneyde çift yönlü propagandanın etkili olduğu göstermişlerdir. Bu çalışmada çöp sepetlerinin üzerine "Lütfen Alüminyum kutuları atmayınız! Birinci kattaki geri dönüşüm kutusunu kullanınız." yazılı işaretler asmışlardır. Bu mesaja ek olarak bir de bazı çöp sepetlerine "Bu sizin için zahmet verici olabilir ama geri dönüşüm kutularını kullanmak çok önemlidir!" mesajı eklenmiştir. İkinci mesajın da eklendiği durumda geri dönüşüm sadece birinci mesajın verildiği duruma göre daha fazla gerçekleşmiştir.

Rucker, Petty ve Briñol (2008) de tüketicilerin ürünler hakkındaki tutumlarının kesinliğinin çift yönlü mesajdan sonra daha da pekiştiğini bulmuşlardır. Aynı çalışmada çift yönlü mesaja maruz kalan kişilerin tek yönlü mesaja maruz kalanlara göre sahip oldukları tutumları (ürünü beğenme) davranışa (ürünü alma) daha çok dönüştürdüğü de gözlemlenmiştir.

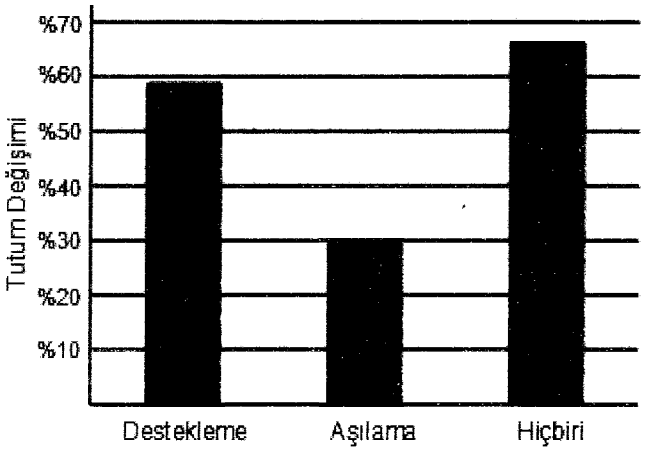
Bununla beraber, tek yönlü propagandanın bazı durumlarda çift yönlü propagandadan daha etkili olduğu da saptanmıştır. Bu durumlarda bundan öncekinin tersi koşullar söz konusudur. Yani eğitim ve zekâ düzeyi düşük ya da konu hakkında fazla bilgisi olmayan dinleyicilere bir problemin iki ya da daha fazla yönünü vermek, onların zihnini karıştırabilir. Özellikle konu karmaşıksa ve iyi bilinmeyen bir konu ise, bu olasılık daha da artacaktır. Bu durumlarda tek yönlü propaganda hedef üzerinde daha

etkili olacak ve amaca daha kolaylıkla ulaşacaktır. Aynı zamanda, eğer dinleyici baştan propaganda ile az çok aynı fikirde ise, karşı tezin görüşünden söz etmek gerekmeyebilir. Ayrıca, çok yüksek prestijli ve güvenilir bir kaynaktan gelen tek yönlü propaganda da adil ve güvenilir olarak yorumlanacağından çok etkili olabilir.

Demek ki, tek veya çift yönlü propagandanın hangisinin daha etkili olacağı, propagandanın konusunun niteliği, kaynağının saygınlığı ve çeşitli dinleyici özelliklerinin etkileşimi ile belirleniyor.

Ancak, bu özelliklerin dışında, çift yönlü propagandanın daima daha etkili olduğu bir durum vardır ki, o da, daha sonra karşılaşabilecekleri karşıt propagandaya karşı dinleyicilerde direnç yaratmaktır. Şöyle ki, dinleyicilerine daha sonra karşı tarafın propagandasının da ulaşacağını bilen bir propagandacı, kendi konuşmasında karşı tarafın da tezinden bahsederse, daha sonraki propagandaya karşı dinleyicilerini bir nevi aşılamış olur. Bu konuda Mc Guire'ın (1969) yaptığı çeşitli araştırmalar, *aşılama etkisini* kanıtlamaktadır. Tabii bunu yapmak için en iyi yol kendi iddialarını kuvvetle vermek, buna karşılık, karşı tarafın iddialarını zayıf şekliyle vererek bunları çürütmektir. Karşıt propagandanın da mutlaka dinleyicilere ulaşacağının bilindiği, örneğin politik propaganda alanında, çift yönlü propagandanın bu üstünlüğü unutulmamalıdır. Çünkü tek yönlü propaganda verildiği takdirde, bu propaganda dinleyiciye sadece kendi tezinin iddialarını vereceğinden, daha sonra dinleyici karşı tezin iddialarına karşı savunmasız kalacak ve sonraki karşıt propagandayı kabul edebilecektir.

Şekil 6.9
Tutum Değişim Miktarı-Propaganda



*Aşılama*nın karşıt propagandaya karşı direnme yaratma gücü bir araştırmada (Mc Guire ve Papageorgis, 1961) şu şekilde belirmiştir: Bu araştırmada amaç, deneklerin halen sahip oldukları görüşlerini karşıt görüşlü propagandaya karşı kendi kendilerine savunmalarını, o propagandadan etkilenmemelerini (tutumlarını onun doğrultusunda

değiştirmemelerini) sağlamaktı. Denekler üç gruba ayrıldı. Birinci gruba, kendi görüşlerini destekleyici bilgi verildi. İkinci grubun görüşü hafifçe eleştiriye uğratıldı ve bu eleştiri çürütüldü (aşılama). Üçüncü grup kontrol grubu olarak kullanıldı ve bunlara bir şey yapılmadı. Şekil 6.9, bize her grubun daha sonra maruz kaldığı karşıt propagandaya (kendi görüşüne ters düşen iletişime) ne kadar uyduğunu yani tutumunu iletişim doğrultusunda ne kadar değiştirdiğini göstermektedir.

Görüldüğü gibi, kişinin görüşüne destek sağlanması, onun görüşüne ters düşen propagandaya direnç göstermesine yardımcı olmaktadır. Ancak, aşılama çok daha etkilidir. Aşılama yapılmış bir kişi, karşıt propagandaya daha çok direnebilmektedir. Niçin?

Aşılama, kişiye kendi görüşlerini savunma tecrübesi kazandırır. Özellikle kişilerin hiç düşünmeden kabul etmiş oldukları bazı görüş ve değerler, karşıt propagandadan çok zarar görebilir, çünkü kişi bu değerlerinden hiç şüphe duymamış, kendi kendine o konuda sorular sormamıştır. Demek ki, kişi bu değerlerini savunma tecrübesine sahip değildir, bundan ötürü, bu düşünülmeden doğruluğu kabullenilmiş görüş ve değerler, karşıt propagandaya karşı pek dirençli değildir.

Kore Savaşı sırasında, bazı Amerikalı savaş tutsakları, düşünmeden doğru olarak kabullenmiş oldukları Amerikan değerlerini kuvvetli karşıt propagandaya karşı savunamamışlar ve beyin yıkanması olarak nitelendirilen kuvvetli tutum değişimi göstermişlerdir. Bu durum Amerika Birleşik Devletleri'nde bir şok etkisi yapmış ve bazı etraflı sosyal psikolojik araştırmalara konu olmuştur (Örneğin, Schein, Scheiner ve Barker, 1961).

Kişinin tutumunu eleştirip sonra bu eleştiriyi çürütmek, kişiye ileride karşılaşabileceği diğer eleştirilere karşı kendi tutumunu savunma becerisi verir. Bu bakımdan, örneğin, bir politik ideolojiye karşı kendi politik görüşümüzü korumanın en iyi yolu, bazılarının öne sürdükleri gibi, o ideolojiyi hiç bilmemek ya da kendi görüşümüzü hiç eleştirmemek değil, tersine, o ideolojiye açık olarak kendi görüşümüzü eleştirebilmek ve o ideolojiyi çürütebilmektir.

Ancak yeni araştırmalar göstermiştir ki, kişilere "Benimsediğiniz fikirleri kötü bir şekilde savundunuz" denildiğinde kişiler tutumlarını daha az benimser hale gelmişlerdir. Çünkü kişi davranış ve düşüncesinin tutarlı olmasından yanadır. Bu yüzden kişi benimsediği görüşü kötü savunması o görüşe o kadar da hâkim olmadığını gösterdiğinden davranışıyla tutarlı hale gelmek için daha önce benimsediği tutumu daha az benimser hale gelir. Böylece ileride karşılarına çıkabilecek karşıt propagandalara karşı olan dirençlerini kaybetmişlerdir (Tormala, Clarkson ve Petty, 2006).

Şimdiye kadar gözden geçirdiğimiz olguları özetleyerek çift yönlü ve tek yönlü iletişimin hangi durumlarda daha etkin olduğunu bir çizelge halinde gösterelim:

Tablo 6.1
Çift ve Tek Yönlü İletişimin Daha Etkin Olduğu Durumlar

Çift Yönlü	Tek Yönlü
• Dinleyicilerin zeka ya da eğitim düzeyleri yüksekse	• Dinleyicilerin zeka ya da eğitim düzeyleri düşükse
• Dinleyici baştan propaganda ile aynı fikirde değilse	• Dinleyici baştan propaganda ile aynı fikirde ise
• Konu iyi bilinen, basit bir konu ise	• Konu iyi bilinmeyen, karmaşık bir konu ise
• Karşıt görüş dinleyici tarafından biliniyorsa	• Karşıt görüş dinleyici tarafından bilinmiyorsa
• Dinleyici daha sonra karşıt görüşün propagandasına maruz kalacaksa	• Dinleyici daha sonra karşıt görüşün propagandasına maruz kalmayacaksa

c) Duygusal – ussal iletişim

İletişimin etkisi ile ilgili inceleyeceğimiz bir başka özellik de duygusal ya da ussal (rasyonel, mantıksal) oluşudur.

Dünyadaki açlık sorununu azaltmak için bir kampanya yaptığımızı farz edelim. Bu yardım kampanyasında argümanlarınızı etkileyici istatiksel bilgilerle mi anlatmak daha etkili olacaktır yoksa açlık ile mücadele eden bir çocuğun yaşam hikâyesini anlatarak mı? Yani bir konuşmacı duygusal bir şekilde mi konuşuyorsa yoksa ussal mı konuşuyorsa dinleyicilerini daha çok etkiler?

Bu soruya kesin cevap vermedeki bir güçlük, tamamen duygusal ya da tamamen ussal bir iletişimin genellikle kullanılmamasıdır. Çoğunlukla, aynı iletişim içinde hem duygusal, hem ussal taraflar bir arada görülmektedir. Bundan ötürü, söz konusu olan göreli olarak duygusal ya da ussal tarafa verilen ağırlıktır.

Burada önemli bir etken, iletişim konusunun dinleyiciye ne kadar yakın olduğu, onu ne kadar ilgilendirdiğidir. İnsanlar, ancak ilgilendikleri konularda duygusal olabilirler. Demek ki, iletişim ancak eğer dinleyiciye yakın bir konusu varsa duygusal olabilir, aksi halde duygusallık dinleyici tarafından tuhaf olarak nitelendirilebilir ve şüphe ile karşılanabilir. Örneğin, bir politikacı hayat pahalılığı ya da yurttaki enflasyon hakkında konuşurken duygusal olursa dinleyicilerini etkileyebilir ama aynı politikacı, Japon Yen'inin devalüasyonu konusunda duygusallaşırsa, bu, dinleyici tarafından garip karşılanır, etkili de olmaz.

Diğer bir faktör ise kişinin tutumunun hangi yolla oluştuğudur. Örneğin, duygusal süreçlerle edinilen bir tutum duygusal iletişim yöntemlerinden daha çok etkilenecektir. Ancak, ussal süreçlerle kişi o tutumu benimsediyse ussal iletişim teknikleri daha çok işe yarar.

Bunun dışında, tek-yönlü ve çift-yönlü iletişimde olduğu gibi, ussal iletişimin eğitim ya da zekâ düzeyi yüksek dinleyici için, duygusal iletişimin de eğitim ya da zekâ düzeyi düşük dinleyici için daha etkili olacağı akla yakın gelmektedir; ancak bu konuda bize kesin bilgi verecek kontrollü araştırmalar pek yoktur. Bunun nedeni, yukarıda da belirtildiği gibi duygusalla ussal yaklaşımı birbirinden kesinlikle ayırmanın zorluğudur. Bunun yerine, çeşitli duygusallık düzeylerinin karşılaştırıldığı bazı çalışmalar görüyoruz. Örneğin, korku içeren duygusal iletişim üzerinde klasik bir deney, Janis ve Feshbach (1953) tarafından yapılmıştır. Bu deneyde üç grup dinleyiciye diş sağlığı ve bakımı konusunda fotoğraflar da kullanılarak konuşma yapılmıştır. Bu konuşmalardan biri çok korkutucu olarak hazırlanmış, dişlere bakılmadığı takdirde çeşitli hastalıkların meydana geleceği öne sürülmüş ve çok çirkin görünüşlü diş ve ağız hastalıklarının fotoğrafları gösterilmiştir. Diğer iki konuşma, orta derecede ve az derecede korku meydana getirecek şekilde hazırlanmıştır.

Bu işlemler sonunda, az korku yaratıcı iletişimin en etkili olduğu görülmüştür. Bugruptaki dinleyicilerin % 36'sının diş bakımına daha fazla önem verdiği; kuvvetli korku yaratıcı iletişim sonucunda ise deneklerin sadece % 8'inin davranışlarında bu tür bir değişme olduğu görülmüştür.

Araştırmacıların da tahminlerine ters düşen böyle bir sonuç nasıl açıklanabilir? Deneklerin kendilerine sorulan sorulara verdikleri cevaplarda bu açıklamayı buluyoruz. Denekler, aşırı korku yaratıcı iletişime inanmamışlar, bir art niyeti olabileceğini düşünmüşler, onu şüphe ile karşılamışlardır. Yani kısaca, kendilerini bu iletişime karşı savunmuşlardır. Aşırı korku verici iletişim çok rahatsız edici olduğundan, kişi bu sıkıntıdan kurtulmak için iletişimi reddetmektedir. Buna, aşırı korkuya karşı benliği savunma da diyebiliriz. Beşinci bölümde tutum değişimine öğrenme kuramı yaklaşımını incelediğimizde de belirttiğimiz gibi, bu davranış, korkudan korunmak için engelleyici tepki öğrenmek şeklinde de nitelendirilebilir.

Peki, bu bulgunun genelliği var mıdır? Başka bir deyişle, insanların bazı şeyleri yapmalarını sağlamak için onları korkutmaktan çekinmeli miyiz? Daha sonra yapılan bazı araştırmalar, tam tersine, korkutulan kişinin, etkili davranışa geçtiğini göstermektedir. Bu konuda bir seri araştırma yapan Leventhal (1970), bir deneyde, dinleyicileri, sigara içmeyi bırakıp göğüs röntgeni çektirmelerini öngören iletişime tabi tutmuştur. Üç ayrı şekilde üç denek grubuna verilen iletişim, çok, orta ya da az korku uyandıracak biçimde hazırlanmıştı. Çok korku sağlamak için bir de kanser ameliyatı gösteren renkli bir film gösterildi. Sonuç, çok korku içeren iletişime hedef olmuş deneklerin bu iletişimden en çok etkilenerek sigarayı bırakıp göğüs filmi çektirdiklerini göstermiştir.

Durum herkes için aynı mıdır? Leventhal'in bulgularına göre hayır. Kişiler arası farklılıkların burada ön plana çıktığını görüyoruz. Şöyle ki, Leventhal'ın bulgusu özel-

likle kendine güveni yüksek olan kimseler için; Janis ve Feshbach'ın bir önceki bulgusu ise, kendine güveni az olan kimseler için geçerli görünmektedir. Yani, kendine güvenen kimse, çok korkutucu bir iletişime hedef olunca hemen tedbir alıcı bir davranış gösterebilmekte; kendine güvenmeyen kimse ise bu tür bir iletişimle başa çıkamayarak kendini –devekuşunun başını kuma sokması misali– korkuya karşı korumaktadır.

İki araştırma sonuçları arasındaki fark, konuyla ve iletişimin inandırıcı olma derecesiyle de ilgili görünmektedir. Şöyle ki, akciğer kanserinin sigara ile ilişkili olabileceği genellikle bilinen ve gerçek bir tehlike olarak yorumlanan bir konu olduğu halde, diş fırçalamamakla çeşitli hastalıkların ilişkisi daha az bilinen ve fazla ciddiye alınmayan bir konudur. Bundan ötürü de, bu konuda fazla korku yaratıcı iletişim pek inanılır bulunmayarak art niyetli olarak yorumlanmış olabilir.

Ancak, Leventhal'ın elde ettiği ilginç bir sonuç da şöyle: kendine güveni az olan kimseler, korkutucu iletişimden bir müddet sonra, kendine güvenen kimseler gibi davranabilmektedirler. Bunu şöyle açıklayabiliriz: kendine güveni az olan kimseler, sorunlarla başa çıkmakta zorluk çekerler. Hâlbuki daha hafif bir korkunun altında ezilmeden harekete geçebilirler. Fazla korku durumunda ise bir müddet sonra, korkunun ilk uyuşturucu etkisi geçince –kendine güvenen denekler gibi– sorunu çözümleyici davranışa geçebilirler.

Korku yaratıcı iletişimin dinleyiciyi istenen davranışa yöneltebilmesi için, bu davranış hakkında anlaşılabilir ve izlenebilir basit yönerge vermenin de çok yararlı olduğu bulunmuştur (Leventhal, 1970). Örneğin, bir üniversitede öğrencilerin tetanos aşısı olmasını sağlamak için bir kampanya açılmış ve sağlık merkezinin yerini, oraya nasıl gidileceğini gösteren, aşının yapıldığı saatler vb. gibi bilgileri içeren yönergeler verilmiştir. Öğrencilerde tetanos aşısına karşı olumlu tutum meydana getirmede ve onların aşılanmaya niyetlenmelerinde, çok korku içeren iletişimin az korku içeren iletişimden daha etkili olduğu görülmüştür. Yönergelerin, tutum ve niyetlere herhangi bir etkisi olmamıştır. Ancak, yönergeler, gerçek aşı olma davranışınıönemle etkilemiştir. Yönerge verilmemiş deneklerin ancak % 3'ü aşı oldukları halde, yönerge verilen deneklerin % 28'i aşı olmuştur. Bununla beraber, korkutulmadan sadece yönerge verilen deneklerden hiç aşı olan çıkmamıştır (Leventhal, 1970). Demek ki, sadece yönerge vermek, bireyleri böyle durumlarda harekete geçirmek için yeterli değildir; korkutmak (duygusal etki) gerekli görünmektedir. Ülkemizde de, örneğin, veremle savaş programlarının bu kadar etkili olmasını, korku verici (duygusal) iletişimin gerekli yönergeler ve pratik uygulama olanakları ile birlikte sağlanmasına bağlayabiliriz. Demek ki, kendine güveni az kimselerin de kendine güvenli kimseler gibi iletişimle olumlu, yapıcı harekete geçmelerini sağlamak için, onlara, durumla başa çıkmalarına yardımcı pratik çare ve çözüm yollarını da göstermek en etkili yoldur. Böylece, kendine güvenen bireylerin de güvenmeyenlerin de iletişimden yararlanması sağlanmış olur.

Ülkemizde son zamanlarda sigarayı bıraktırmaya yönelik de birçok çalışma yapılmaktadır. 19 Mayıs 2008'de kapalı alanlarda sigara içilmesini yasaklayan düzenleme

yapılmış ve yasaya uyum ve kabulün sağlanması için de "Havanı Koru", "Dumansız Hava Sahası" gibi sloganlarla medya kampanyası başlatılmıştır. Pasif içiciliğin zararları ve çocuklar üzerine etkisi gibi reklam filmleriyle kampanya desteklenmiştir. Son zamanlarda da sigara içmenin sağlığa zararlı ve ölümcül sonuçlarına değinen kamu spotları yayınlanmaktadır. Bu korku verici iletişimin yanı sıra "Sigara Bırakma Danışma Hattı ALO 171" le de sigarayı bırakmak için çözüm yolu da sunulmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu'nun Türkiye genelinde yaptığı araştırma 2008 yılında 15 yaş üstü sigara içenlerin oranının % 31,4'ten, 2012 yılında % 27'ye düştüğünü göstermiştir. Aynı zamanda 12 ay içerisinde bırakmayı planlayanların oranı 2008 yılı için % 27,8 iken, 2012 yılı için % 35,4'tür.

Korku yaratmak her zaman istenilen sonuçları getirmez. Birçok insan erken ölmekten ya da AIDS'den korkmasına rağmen sigara içmeye veya kondom kullanmamaya devam etmektedir. Aronson'a göre (1997) eğer korku haz verici bir davranışı ortadan kaldırmak için kullanılmışsa, sonuç davranış değişimine değil inkâra ve karşı çıkmaya sebep olabilmektedir. Eğer bu durumla nasıl baş edecekleri kişilere anlatılmaz ise yani yönerge verilmez ise korku verici mesaj ters etki yapabilir.

Korku gibi olumsuz duyguların yanı sıra olumlu duygular da kişileri ikna etmekte etkili olmaktadır. Örneğin; Irvin Janis ve arkadaşları (1965) bir grup üniversite öğrencisinin ikna edici mesajı fındık fıstık yiyip kola içerken okuduklarında o mesajı daha çok kabul ettiklerini göstermiştir. Yani olumlu duygular iknaya, olumlu düşünceyi arttırarak ve mesajla olumlu duyguları ilişkilendirerek sebep olmaktadır. İnsanlar iyi bir duygu durumu içinde olduklarında daha hızlı kararlar vermekte ve çevresel ipuçlarını daha çok kullanmaktadırlar. Bu da insanları mesaja daha çok inandırır. Kısacası, eğer güçlü bir teziniz yoksa dinleyicilerinizi mutlu bir duygu içine sokmak mesaj hakkında çok fazla düşünmemelerini ve ikna olmalarını sağlayabilir.

d) İletişimin sunum sırası

Bir toplantıda, dinleyiciler üzerinde etkili olabilmek için başta mı yoksa sonda mı konuşmanın daha yararlı olacağını düşündüğümüz zamanlar olmuştur. Toplantıdaki son konuşmacı olursak söylediklerimizin daha iyi hatırlanacağını, dolayısıyla dinleyiciler üzerinde daha etkili olacağımızı; ilk konuşmacı olursak da dinleyicilerin kafası henüz başka konuşmalarla karışmadığı için söylediklerimizin daha iyi anlaşılacağını düşünebiliriz. Bu düşünceler bazı durumlar için geçerli olabileceği için, başka durumlar için de doğru olmayabilir. Burada, sizlerle, hangi durumlarda ilk olarak, hangi durumlarda son olarak konuşmanın etkili olabileceğini inceleyeceğiz. Daha geniş bir ele alışla, hedef öğesine (dinleyiciye) iletilmesi amaçlanan bilginin sunum sırasının hangi koşullarda nasıl olması gerektiğine birlikte bakalım.

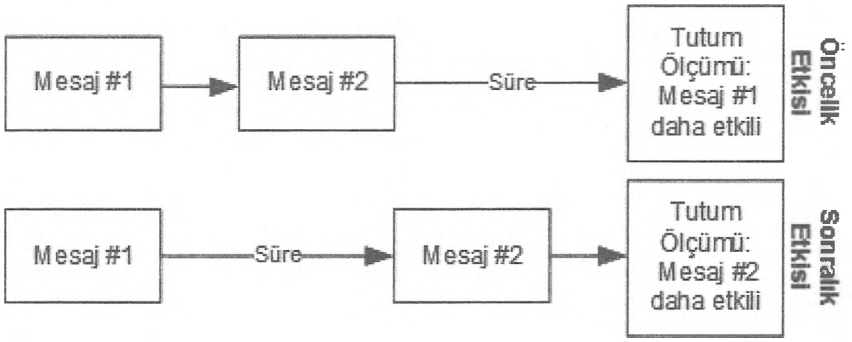
Yapılan araştırmalar, mesajın ilk olarak mı (öncelik etkisi), son olarak mı (sonralık etkisi) iletilmesi gerektiğine dair farklı bulgular içermektedir. Yapılan ilk ikna çalışmalarında, öncelik etkisini, daha sonra yapılanlar da sonralık etkisini, bazen de hem öncelik etkisini hem de sonralık etkisini destekleyici sonuçlar elde edilmiştir. Hangi etkinin daha güçlü olacağı büyük ölçüde *zaman* faktörüne bağlıdır. Burada zaman faktöründen anladığımız, verilen ilk mesajla ikinci mesaj arasında geçen süre ve ikinci

mesaj ile dinleyicilerin konuyla ilgili karar vermeleri gereken zaman arasında geçen süredir. Miller ve Campbell (1959), zamanın mesaj sunum sırasına nasıl etki ettiğini araştırmak üzere bir deney tasarlamışlardır. Bu deneyde, yapay bir dava jürisi oluşturmuşlar ve denek grubunun yarısına önce davacının, sonra davalının tezini okutmuşlar, diğer yarısına da tezleri ters sırada vermişlerdir. Her iki gruptan da kimin doğru söylediğine ilişkin bir karar vermeleri istenmiştir. Araştırmacılar, tezlerin sırasını değiştirmekle kalmamış, tezler arası zamanı ve okunan son tezle karar verme arasında geçen zamanı da değiştirmişlerdir.

Denekler ikinci mesajı (davalının ya da davacının tezi), birinciden hemen sonra okuduklarında ve kararlarını 7 gün sonra verdiklerinde, birinci mesajın ikinci mesajdan daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır (öncelik etkisine destek). Mesajları okuduktan sonra geçen 7 gün içinde, her iki mesaj da aynı oranda unutulmaya yüz tutmuş ve ilk izlenim etkisi kendini göstermiştir (ilk okunan tez etkili olmuştur). Ayrıca, iki mesajın arka arkaya okunması, birincinin ikinci mesajın anlaşılmasında kafa karıştırıcı bir etki etmesine de neden olmuştur.

Denekler, ikinci mesajı birinciden 1 hafta sonra okuduklarında ve hemen bunu takiben bir karara vardıklarında ise yeni duydukları ikinci mesaj etkili olmuştur (sonralık etkisi). Bu durumda, ikinci mesajın hatırlanması daha kolay olmuştur, dolayısıyla daha etkileyicidir. Bunu aşağıdaki şekilde görebilirsiniz:

Şekil 6.10
İletişimin Sunum Sırası ve Mesaj Etkisi



Buradan çıkarılacak sonuç şudur: Sunumlar arka arkaya yapılıyorsa ve özellikle sunumlarla karar verme arasında uzun bir zaman geçiyorsa, konuşmayı ilk yapan olmakta yarar vardır. Ancak, mesajlar farklı zamanlarda verilecek ve dinleyiciler ikinci mesajı dinledikten hemen sonra bir karara varacaklarsa, son konuşmacı olmakta yarar vardır.

Haugtvedt ve Wegener (1994) bir grup üniversite öğrencisine son sınıf öğrencilerinin mezun olabilmeleri için bir sınavın yürürlüğe girmesi konusunda birbirleriyle ters düşen iki mesaj göstermiştir. Bir mesaj bu sınavın yürürlüğe girmesinin iyi bir karar olduğunu söylerken diğeri bu fikri desteklememektedir. Bir grup öğrenci önce destekleyen sonra desteklemeyen mesajı görmüştür. Diğer bir grup ise tam tersi sıra ile mesajları görmüştür. Ayrıca bir grup öğrenciye bu değişikliğin kendi üniversitelerinde yapılacağı söylenirken diğer bir gruba bu sınav değişikliğinin farklı bir üniversitede gerçekleşeceği söylenmiştir. Daha sonra öğrencilere bu sınav hakkındaki tutumlarını belirtmeleri istenmiştir. Sınav değişikliği kişiyi direkt ilgilendirdiği zaman öncelik etkisi gözlemlenmiştir. Yani, sınav değişikliği kişinin kendi üniversitesinde gerçekleştiğinde eğer sınavı destekleyen mesajı ilk olarak okudularsa sınavı olumlu olarak değerlendirmişlerdir. Ancak, sınav kişiyi ilgilendirmediğinde sınavı destekleyen mesajı ilk olarak okumak kişinin sınava karşı daha olumsuz değerlendirmeler yapmasına sebep olmuştur. Bu çalışma sunum sırasının ikna süreçleri üzerindeki etkisini dinleyicinin özellikleri ile etkileşim halinde olduğunu göstermektedir.

e) Tekrar

Bir nesneye sıkça rastlamak onu daha tanıdık hale getirir, bir ismi çok sık duymak o ismin ünlü birine ait olduğunu düşündürür. Yapılan son araştırmalar, çok tekrar edilen bir mesajın da dinleyiciler tarafından daha doğru göründüğünü ortaya koymuştur. Reklamcılık sektörü bu varsayımdan yola çıkarak hedef kitleyi iletilmek istenen mesaja sıkça maruz bırakmayı amaçlar. Birçok çalışma reklamlara devamlı maruz kalmanın reklamlar hakkındaki belleğimizi etkilediğini göstermiştir. Çünkü bir mesajı sıkça görmek o mesajın anlaşılabilirliğini ve etkisini artırır (Hogg ve Vaughan, 2002).

Ancak ürün ya da fikirle ilgili ilk tutum, tekrarlanan mesajın etkisini farklılaştırır. Yani, en başta tutum objesine karşı tarafsız ya da olumlu bir tutuma sahipsek, ikna edici mesaja devamlı maruz kalmak daha olumlu tutumlar benimsememizi sağlar. Ama en başta tutum objesinden sevmiyorsak, devamlı ikna edici mesaja maruz kalmak tutumumuzu daha da olumsuz hale getirecektir.

Diğer taraftan, kişi tutum objesini ilk başta sevse dahi aşırı derecede iknaya maruz kalmak kişinin o mesaja artık dikkat etmemesine sebep olur. Bu yüzden bu olumsuz durumu önlemek için reklamcılar "değişim ile tekrar" yöntemini uygulamaktadırlar (Pratkanis ve Aronson, 1992). Yani, aynı mesajı değişik formatlarda kişiye ulaştırmaktadırlar.

Buraya kadar ele aldığımız çeşitli araştırmalar iletişimin kendi özellikleri konusunda bize bilgi verdi. Şimdi de, iletişimin yöneldiği hedef öğesinin (yani dinleyici, okuyucu vb.) özelliklerini gözden geçirelim.

III – Hedef Öğesinin Özellikleri

Şimdiye kadar kaynağın ve iletişimin içeriğinin özelliklerini incelerken, dinleyicilerin bazı özelliklerinin de bunlarla etkileşim halinde propagandanın etkisini tayin ettiğini görmüştük. Bunları özetleyecek olursak;

- Dinleyicinin, etkileyici iletişimin kendine propaganda olarak yönelmediğine inanması, hatta onu tesadüfen duyduğunu düşünmesi propagandanın etkinliğini arttırmaktadır.
- Dinleyicinin kendi tutumuna ne derece bağlı olduğu, onu ne kadar önemsediği, propagandayı kabul ya da reddetmesini belirleyici bir faktördür.
- Bununla ilgili olarak, dinleyicinin tutumuyla propagandada ileri sürülen tutum arasındaki fark, propagandanın etkinliğini önemle etkilemektedir.
- Dinleyicinin propagandayla baştan aynı görüşte olup olmaması, propagandanın konusu hakkındaki ve özellikle karşıt tez hakkındaki bilgi düzeyi ve nihayet eğitim ve zekâ düzeyi hep propagandanın türünü ve etkisini belirlemektedir.

Bu belirleme, diğer öğelerin, yani kaynak ve iletişimin özellikleriyle etkileşim halinde meydana gelmektedir. Bu gözden geçirdiklerimizin dışında diğer bazı dinleyici özellikleri de iletişimin etkililiğini belirleyici rol oynamaktadır. Şimdi bu özellikleri inceleyelim.

a) Taahhüt (Bağlanma)

Önemli bir dinleyici özelliği, dinleyicinin tutumuyla ilgili olarak ne kadar taahhüt altına girdiği, tutumuyla kendini ne kadar bağladığıdır. Bu bağlanış ne kadar kuvvetli ise, tutum değişimi de o kadar güç olacaktır, yani propagandanın etkisi azalacaktır. Örneğin, belli bir marka otomobili yeni almış bir kimse, başka bir markanın reklam propagandasına kapalı olacaktır. Aynı şekilde, bir politik görüşü herkesin önünde savunmuş olan bir kimsenin bu tutumunu, karşıt propagandayla değiştirmek, fikrini kendine saklamış olan bir kimsenin tutumunu değiştirmekten daha güç olacaktır.

Araştırmalarla da saptanmış olan bu etkiler, temelde bilişsel çelişki kuramına dayanmakta ve geçen bölümde incelenen genel tutarlılık ve denge kavramıyla açıklanabilmektedir.

Şekil 6.6'yı tekrar gözden geçirelim. Bu grafikte önemsiz tutum, orta önemde tutum ve önemli tutum sözlerinin yerine, sırasıyla, bağlanılmamış (taahhüde girilmemiş) tutum, biraz bağlanılmış tutum ve bağlanılmış tutum sözlerini koyabiliriz, grafik gene aynı kalır. Demek ki, kişinin bir tutuma bağlanmış olması, aynı çok kuvvetli bir tutumu değiştirmedeki zorluğu yaratır. Taahhüttün etkisinin de, kaynak inanırlığı etkisiyle aynı doğrultuda olduğunu gene Şekil 6.6'da görmüştük.

Burada tekrar açıklayacak olursak, yüksek inanırlığı olan bir kaynaktan gelen ve/veya dinleyicinin önemsiz bir tutumunu ve/veya dinleyicinin fazla bağlanmamış olduğu bir tutumunu değiştirmeye çalışan bir iletişim: (1) genellikle çok miktarda tutum değişimi meydana getirecek ve (2) meydana getirdiği en fazla tutum değişimi de, iletişimde ileri sürülen görüşün, dinleyicinin görüşünden çok farklı olduğu zaman oluşacaktır. Gene Şekil 6.6'da beliren bunun tersi durumu da açıklayalım: Düşük inanılırlığı olan bir kaynaktan gelen ve/veya dinleyicinin önemli bir tutumunu ve/ya da dinleyicinin çok bağlanmış olduğu bir tutumunu değiştirmeye çalışan bir iletişim, (1) genellikle az miktarda tutum değişimi meydana getirecek ve (2) meydana getirdiği en

fazla tutum değişimi de, iletişimde ileri sürülen görüşün, dinleyicinin görüşünden az farklı olduğu zaman oluşacaktır.

Dinleyicilerin bu incelediğimiz özelliklerinden başka, kişilik farklılıklarının da iletişimin etkinliğinde rolü yok mudur? Bu soru çeşitli düşünürler ve araştırmacılar tarafından "ikna edilebilir kişilik var mıdır?" şekline sorulmuştur. Aslında bu soru eskiden beri sorulmakta ve cevabı aranmaktaydı. 19. yüzyılda sosyal düşünürlerce önem verilen "telkin" kavramı ve bazı insanların diğerlerinden daha fazla telkine açık oldukları, örneğin kadınların erkeklerden daha kolay telkin edilebildikleri görüşü bu soruya cevap olarak ileri sürülmüştür.

Yakın zamanlarda sosyal psikologlar tarafından yapılan birçok araştırma da kişilik özeliklerinin iletişimin etkinliğinde rol oynadıklarını göstermiştir. Aşağıda bunları inceleyeceğiz.

b) Kendine güven

Ahmet kendine güvenen bir kimsedir. Mehmet'in ise kendine güveni azdır. Acaba hangisi daha kolay ikna olur? Birçok araştırmanın ortak bulgusu, kendine güveni az olan kişilerin daha kolay ikna olduğudur. (Örneğin, Cohen, 1959; Sears, 1967). Demek ki, bir dinleyici grubunda bu kişilik özelliğinin yüksek düzeyde bulunması, o gruba verilen bir iletişimin etkinliğini azaltacaktır.

Kendine güven eksikliğinin etkilenebilirlikle ilişkisi birkaç şekilde açıklanmıştır. Eskiden beri öne sürülen açıklama şudur: Kendine güveni olmayan kimseler, kendi görüş ve fikirlerine de fazla değer vermedikleri için, onları değiştirmeleri güç olmaz.

Cohen (1959) psikolojik savunma mekanizmaları açısından soruna yaklaşmıştır. Şöyle ki, kendine güveni yüksek olan bir kimse, bu güveni sarsabilecek kendi tutumuna ters düşen bir propagandayı reddetme, görmemezlikten gelme ya da unutma eğilimi gösterebilir. Kendine güveni az olan kimseler ise, çevreden gelen ters uyaran ya da bilgilere daha duyarlı olduklarından onlardan daha fazla etkilenebilirler.

Yapılan son araştırmalar ise kendine güven ile etkilenebilirlik arasında doğrusal olmayan bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Kendine güveni çok düşük olan kimseler gelen mesajın içeriğine dikkat edemeyecek kadar endişeli ve gergin olabilirler. Kendine güveni yüksek olan kimseler ise dış etkilere kapalı olabilirler (Hogg ve Vaughan, 2002). Yani kendine güveni fazla olan ve çok az olan kimselerin etkilenebilirlikleri düşükken, kendine güveni orta derece olan kimselerin etkilenebilirlikleri daha yüksektir.

c) Grup içi saygınlık farkları

Kişinin özellikle grup içindeki saygınlığı yani gruptaki statüsü, onun diğerleri tarafından ne kadar etkilenebileceğini tayin edici bir etkendir. Örneğin, Berger ve Fişek (1970), küçük gruplarda düşük saygınlığı olan kimselerin, yüksek saygınlığı olanlardan daha fazla etkilenebilir olduğunu bulmuşlardır. Başta kaynağın özelliklerini incelediğimiz zaman da aslında bu konuya değinmiştik, şöyle ki, propaganda kaynağının saygınlığı yüksek ise o propagandanın daha etkili olduğunu gördük. Aynı mantığa

göre, düşük saygınlığı olan dinleyicilerin daha kolay etkilenebilir olduğu da söylenebilir.

d) Zekâ ve eğitim

Zekâ ve eğitim düzeyinin propagandadan etkilenebilme ile ilişkili olup olmadığı da araştırılmıştır. Ancak araştırmaların kesin bir sonuca ulaştığı söylenilemez. Burada da dinleyicilerin özellikleri ile iletişimin özelliğinin karşılıklı etkileşim halinde olduğu görülmektedir. Şöyle ki, zekâ ve eğitim düzeyi yüksek olan kimseler, tutarsız, mantıksız ya da basit iletişimden zekâ ve eğitim düzeyi düşük olan kimselerden daha az etkileneceklerdir. Çünkü yüksek zekâ ve eğitimleri, bu dinleyicilerin, iletişimdeki mantıksal tutarsızlıkları fark etmelerini sağlayacaktır. Bununla beraber, aynı nedenden ötürü, yüksek zekâ ve eğitime sahip dinleyicilerin, düşük zekâ ve eğitimlilere oranla, tutarlı, mantıklı ya da karmaşık iletişimden daha fazla etkilenecekleri de söylenebilir. Bunun nedenini şöyle açıklayabiliriz: Bu tür bir iletişim, zekâ ve eğitim düzeyi düşük dinleyicilere ulaşamayabilir. Yani onlar böyle bir iletişimi anlayamayabilirler. Böyle olunca da, ondan etkilenmeyeceklerdir. Oysa yüksek eğitim ve zekâ düzeyindeki dinleyicileri, iletişimin içeriği yanlış olsa bile mantıksal görünüşü etkileyebilir. Bu nedenlerle, zekâ, her zaman için daha az etkilenme sebebidir, diye bir şey söyleyemeyiz. Bu etkenin iletişimin içeriği ile etkileşimini göz önünde bulundurmamız gerekir.

Bazı araştırmalar, kendine güven ile etkilenebilirlik arasındaki doğrusal olmayan ilişkinin bir benzerinin zekâ için de geçerli olduğunu ortaya koymuşlardır (Hogg ve Vaughan, 2002). Yani zekâ düzeyi yüksek ve düşük olan kimselerin iletişim sonucu etkilenebilirlikleri aynı oranda düşük iken, zekâ düzeyi orta derecede olan dinleyicilerin etkilenebilirlikleri diğerlerine kıyasla daha yüksek olması söz konusudur. Tabi bu bulguları yorumlarken daha önce de belirttiğimiz gibi iletişimin içeriğine bakmakta ve zekâ düzeyi farklı olan dinleyicilerin etkilenebilirlik halini ona göre yorumlamakta fayda vardır.

e) Cinsiyet farkı

Kadınlar mı erkekler mi daha kolay ikna olur? Uzun zaman bu sorunun cevabı, kadınlar telkine daha yatkın oldukları için daha kolay etkilenebilirler, şeklinde verilmiştir. Bazı araştırmalar da kadınların genellikle erkeklerden daha kolay ikna edilebildiğini ve sosyal etkiye daha fazla uyma gösterdiğini ortaya koymuştur (Janis ve Field, 1959).

Ancak, acaba bu sonuç, kadınların telkine daha yatkın olması ile ya da kadınlara has doğal bir özellikle mi açıklanabilir, yoksa bunun nedenini toplumsal etkenlerde mi aramalıyız? Bu sorumuzun cevabını verebilmek için de gene araştırma sonuçlarından yararlanıyoruz.

Abelson ve Lesser'in (1959) bir araştırmasında ABD'de lise öğrencileri arasında ikna edilebilirlik bakımından cinsiyet farkı ortaya çıkmış, yani kızlar erkeklerden daha kolay ikna edilebilmiş, ancak ilkokul öğrencilerinde böyle bir fark ortaya çıkmamıştır. Eğer ikna edilebilirlikteki cinsiyet farkı, kadınlara has doğal bir özelliğe bağlı olsaydı,

araştırmadaki ilkokul çocuklarında da bu farkın görülmesi gerekirdi. Oysa bulgu, cinsiyet farkının ileri yaşta belirdiği şeklindedir. Demek ki, bunun nedenini, kadının ve erkeğin toplumsal rollerinin kültür tarafından farklı şekillerde tanımlanmasında aramak gerekir. Toplum, kadının erkekten daha yumuşak başlı, daha az iddiacı olmasını bekler. Herhangi bir konuda kadının fikrinde ısrar etmesi daha az beklenir, buna karşılık bir erkeğin fikrinde direnmesi daha olağan karşılanır. Görünüşe göre, araştırmada incelenen küçük kız çocukları henüz yumuşak başlı ve ikna edilebilir olmaları gerektiğini öğrenecek yaşa gelmemişlerdi!

Bu toplumsal rol farklılığına dayanan analiz, araştırmalarda kadınların niçin erkeklerden daha fazla ikna edilebildiklerini bize açıklamaktadır. Ancak, bu bulgu, toplumsal rollere bağlı olduğu gibi, bir başka nedenle de ortaya çıkmış olabilir. Bazı araştırmalar, ikna edilebilirlikte görülen cinsiyet farkının, deneylerde kullanılan propaganda konularıyla da ilgili olabileceğini göstermiştir. Yani bu bulgu, toplumsal bir sorunu yansıtmak yanında, yöntemsel bir sorunu da yansıtıyor olabilir. Şöyle ki, çoğunlukla erkek araştırmacılar tarafından seçilen iletişim konuları, politika, spor, otomobiller vb. gibi erkekleri ilgilendiren, onların daha iyi bildiği konular olduğu için, kadın katılımcılara karşı bir yanlılık söz konusu olabilir. Yani, kadınlar, kadın oldukları için değil de, konuyu daha az bildikleri ve bundan ötürü kendilerine daha az güvendikleri için iletişimden daha fazla etkilenmiş olmalarıydı.

Nitekim Sistrunk ve McDavid (1971) bir araştırmada erkekleri ve kadınları ilgilendiren konuları yansıtan eşit sayıda cümleyi uyaran olarak kullanmışlar ve toplam olarak bunlardan etkilenmede kadınlarla erkekler arasında fark olmadığını bulmuşlardır. Araştırmanın diğer ilginç bulgusu da, erkeklerin, kadınları ilgilendiren konularda; kadınların da erkekleri ilgilendiren konularda daha fazla etkilenebildikleriydi.

Bu sonuca dayanarak, şimdiye kadar birçok araştırmada ortaya çıkan ve genellikle doğal bir cinsiyet farkı olarak kabul edilen kadınların daha kolay ikna edilebilirliğinin, hiç olmazsa kısmen, erkek araştırmacıların kendi ilgilendikleri konuları seçerek farkında olmadan kadınlara karşı yöntemsel bir yanlılık yaratmış olmalarına da bağlayabiliriz.

Böylece hedef özelliklerinden cinsiyet hakkındaki bulguları özetleyecek olursak, etkilenebilirlikte bulunan cinsiyet farkının bir taraftan toplumsal rol beklentilerine, diğer taraftan da bazı yöntemsel nedenlere bağlı olduğunu söyleyebiliriz.

f) Düşünme ihtiyacı

Düşünme ihtiyacı, çaba isteyen bilişsel aktivitelerde bulunma isteği ve eğilimidir. Cacioppo ve Petty (1984), kişiler arasında düşünme ihtiyacı farklılıklarını ölçmek için bir ölçek hazırlamışlardır[1]. Bu ölçekde yer alan sorulardan birkaçı şunlardır:

1. Çok düşünmeyi gerektiren bir işin sorumluluğunu almak hoşuma gider.(+)
2. Sadece durum gerektirdiği kadar derin düşünürüm. (–)

[1] Gülgöz ve Sadowski (1995), bu ölçeğin Türkçe uyarlamasını gerçekleştirmişler ve öğrenci başarısı göstergeleri ile korelasyonunu göstermişlerdir.

3. Sorunlara yeni çözümler bulmayı gerektiren işler bana gerçekten zevk verir. (+) vb.

Düşünme ihtiyacını ölçen bu ölçekde yüksek puan alan kişiler, zor bilişsel aktivitelerde bulunmayı ve durumları analiz etmeyi seven kişilerdir. Düşük düşünme ihtiyacına sahip olan kişiler ise zihinsel kaynaklarını fazla kullanmadan konuşmacının çekiciliği ya da ortamın güzel olması gibi çevresel faktörlerden daha çok etkilenmekte ve ikna olmaktadırlar. Araştırmalar, yüksek düşünme ihtiyacı olan kişilerin bölümün başında sözü edilen 'merkezi yoldan' ikna olduklarını; düşük düşünme ihtiyacı olan kişilerin ise bilişsel kestirme yöntemleri kullanmaya eğilimli olduklarını (bkz. 4. Bölüm) ve 'çevresel yollardan' ikna edilebildiklerini göstermiştir (Axsom, Yates ve Chaiken, 1987; Cacioppo ve Petty, 1984).

Buradan çıkarılması gereken sonuç ise konuşmacıların sadece kaynağın ve iletişimin özelliklerini değil, dinleyicinin yani hedef öğesinin özelliklerini de dikkate almaları gereğidir. Örneğin, iyi bir öğretmen konunu anlaşılması için öğrencilere zor sorular sorarak öğrencilerinin konu hakkında aktif bir şekilde düşünmesini ister. Bu da öğretmenin verdiği bilgilerin merkezi bir yolla işlenmesini sağlar. Merkezi yoldan işlenen bilgi de öğrenciler tarafından daha çok benimsenir.

g) Dikkatin dağılması

Düşünme ihtiyacı yüksek olan kimseler bile bazen dikkatlerini mesaj üzerinde odaklamakta zorlanabilirler. Dinleyicinin yorgun olması, mesajın iletildiği ortamdaki gürültü ya da konunun karmaşık olması gibi nedenlerden dolayı kişiler mesajdaki tezlere dikkat edemeyebilirler. Bu durumda mesajı daha çok çevresel yollardan işlerler.

Örneğin bir kaç yıl önce ABD'de bir gazete sütununda kokain ve marihuana gibi maddelerin yasal olması ile ilgili mektuplar yayınlanmış. Okuyucular iki tarafın da (yasal olmasını savunanlar ve karşı çıkanlar) tezlerine yüksek oranda maruz kalmışlar. Bu durumda tezlerin içeriği üzerinde ayrıntılı düşünmeleri ve hangi mesajın haklı olduğunu anlamaları zorlaşmış. Böyle olunca da bir okuyucu bu sorunu tezlerin içeriğinden çok kaynağın prestijine bakarak çözmüş. Saygın bir profesör, ünlü bir ekonomist, eski bir belediye başkanı, bir köşe yazarı ve eski bir bakan da bazı uyuşturucu maddelerin yasallaştırılmasını savununca, dinleyici tezlerin güçlü olup olmamasına bakmadan bu maddelerin yasal olmasına ilişkin fikir geliştirmiş. Bu, ikna sürecinde çevresel faktörlerin etkinliği üzerine açık bir örnektir. Eğer savunduğunuz tezin güçlü olmadığını düşünüyorsanız, dinleyicinin dikkatini dağıtarak çevresel yollardan ikna edilmesini sağlamak isteyebilirsiniz. Aynı şekilde eğer tezlerinize güveniyor ve güçlü olduklarını düşünüyorsanız, dinleyicilerinizin tüm dikkatlerini mesajınız üzerinde toplamasını sağlamalısınız ki tezlerin içeriğinden ikna edilsinler.

Seçim kampanyalarında dikkat dağıtma tekniği sıklıkla kullanılmaktadır. Verilen mesaj aday kişiyi överken, görsel imajlar kişinin dikkatini dağıtır ve mesajı analiz etmesini engeller. Ayrıca dikkatin dağılması sebebiyle şiddet ya da cinsel içerikli televizyon programlarını izlerken gösterilen reklamların hatırlanmadığını ve etkisiz olduğu belirtilmektedir (Bushmann, 2007).

h) Kendini izleme

İkna olma sürecinde etkili olan bir başka kişilik özelliği de *kendini izleme (self-monitoring)*dir. Kendini izlemeye yatkın olan kişiler, başkalarına nasıl göründüklerini kontrol etmek için sosyal ipuçlarını kullanırlar. Onlar için gerektiği yerde gerektiği gibi davranmak önem taşır. Kendini izlemeye eğilimi olmayan kişiler, başkalarının kendileri hakkında ne düşündüğünü pek önemsemezler ve kendi bildikleri gibi davranırlar. Kendini izleyenler için başkalarının beklentileri, kendileri hakkında ne düşündüğü önemliyken, kendini izlemeyenlerin daha bağımsız ve bireyci olduğu söylenebilir. Synder ve DeBono'ya göre (1985), kendini izlemeye eğilimi olan ve olmayan kişilerin reklamcılıkta kullanılan yaygın iki ikna tekniğinden etkilenme dereceleri farklılık gösterir. Kullanılan tekniklerden biri, *yumuşak satış tekniği*, ürünün görsel özelliklerini ön planda tutar, ürünün kalitesiyle teknik özelliklerini önemsemez. *Sert satış* adı verilen ikinci teknikte ise, ürünün pazara nasıl bir görünümle sunulduğu ile değil, ürünün kalitesi, değeri, işe yararlığı ile ilgilenilir. Kendini izlemeye eğilimli olan kişiler, ürünlerin yumuşak satış yoluyla pazarlanmasından daha çok etkilenirler. Kendini izleme alışkanlığı olmayan ve seçimlerini kendi tercihlerine göre yapan kişiler içinse sert satış teknikleri daha çok işe yarar. Yapılan araştırmalar, kendini izlemeye yatkın olan kişilerin sadece görünümü ön plana çıkaran reklamları beğenmekle ve bu tür ürünleri satın almayı tercih etmekle kalmayıp, bu tür ürünler için daha çok para harcamaya da hazırlıklı olduklarını göstermiştir. Kendini izleme alışkanlığı olmayan kişiler ise ürünün kalite ve yararlılığının üstünde duran bilgi içerikli reklamlardan daha çok etkilenmişlerdir.

Burada ilginç olan nokta, kişiler kendini izlemeye yatkın olsun olmasın, reklamlardan etkilenmektedir, sadece ne tür reklamdan etkilendiği farklılık göstermektedir.

Kendini izleme aynı zamanda kaynak ile ilgili faktörlerle beraber ikna süreçlerini etkilemektedir. Örneğin, Evans ve Clark (2012) araştırmasına göre kendini daha az izleyen kişiler mesajın kaynağı uzman olduğunda tutumlarından daha emin olmuşlardır. Fakat kendini daha fazla izleyen kişiler mesajın kaynağı çekici olduğunda tutumlarından daha emin olmuşlardır. Böylece hem düşük hem de yüksek derecede kendini izleyen kişiler mesajı verenin özelliklerinden farklı şekillerde etkilenmişlerdir.

ı) Yaş

Yaşla ikna olma arasındaki ilişkiye dair genel inanış, gençlerin ikna olmaya daha açık oldukları, bunun tersine yaşlıların düşüncelerinde daha ısrarlı oldukları ve yıllardır süregelen alışkanlıklarını kolay kolay değiştirmedikleri yönündedir. Bu inanış ne ölçüde doğrudur?

İnsanlara kişisel yaşam deneyimleri sorulduğunda, ergenlik ve erken gençlik yıllarının benlik kavramları üzerinde en etkili olan yıllar olduğunu söylerler (Schuman ve Scott, 1989). Krosnick ve Alwin (1989), bu yılların insanların ikna olmaya da en açık oldukları yıllar olduğunu buldular. 2500 Amerikalı ile 1976–1980 yılları arasında yaptıkları bir araştırmada, 18-25 yaşları arasındaki kişilerin en fazla tutum değişikliği

gösterdiğini, bunun arkasından 25-36 yaşları arasındaki kişilerin geldiğini görmüşlerdir. 37-83 yaş grubundaki kişilerde anlamlı tutum değişiklikleri gözlememişlerdir.

Yaşlılarla gençler arasındaki bu farka, Tyler ve Schuller (1991) farklı bir açıklama getirmişlerdir. Tyler ve Schuller'e göre, gençlerde görülen tutum değişikliği genç olmalarından kaynaklanan fikir açıklığıyla değil, gençlerin yaşamlarında daha fazla olumsuz olayla karşılaşmalarıyla açıklanabilir. İnsanlar genel olarak olumsuz bilgi ve deneyimlerden olumlu olanlara nazaran daha çok etkilendikleri için, genç insanların ikna olmaya açık olması bundan kaynaklanabilir. Yaşlıların etkilenmeye daha az açık olmaları da, yaşamlarında daha çok olumlu olayların yer alması ile açıklanabilir. Bu yüzden de tutumlarını değiştirmelerini gerektiren durumlarla çok fazla karşılaşmazlar. Yaptıkları araştırmalar gösteriyor ki, olumsuz yaşam deneyimleri kontrol edildiği zaman tutum değişikliğine açık olmada görülen yaş farklılıkları ortadan kalkmaktadır. Demek ki, gençler yaşlarından dolayı değişime daha açık değiller, sadece yaşamlarında değişmelerine neden olabilecek olayların sayısı daha fazla. Bu iki olgudan hangisinin daha geçerli olduğunu görebilmek için başka araştırmalar yapılmıştır. Visser ve Krosnick'in (1998) konuyla ilgili yaptığı laboratuvar deneylerin sonucunda erken yetişkinlikteki ve geç yetişkinlikteki kişilerin etkilenmeye orta yetişkinlikteki kişilere kıyasla daha açık oldukları ortaya çıkmıştır (Hogg ve Vaughan, 2002). Rutland'ın (1999) önyargılar üzerine olan araştırması ise, bir etnik gruba karşı olan negatif tutumun geç çocukluk (10 yaş civarı) döneminde oluştuğu ve daha sonra pek az değişime uğradığını göstermiştir.

IV – Ortamın Özellikleri

İletişim ve propaganda konusunda inceleyeceğimiz son öğe *ortamdır.* Her etkileyici iletişim mutlak bir ortam içinde oluşur. Bu ortamın özelliklerinin de propagandanın etkinliğinde rol oynadığını görüyoruz.

Şimdiye kadarki konuyu ele alışımızda hep deneysel araştırma bulgularını kullandık. Amacımız, etkileyici iletişim olayındaki değişkenleri ayrı ayrı ve sistematik bir şekilde incelemekti. Bu amaç için en yararlı araştırma türü –daha önce yöntem bölümünde de gördüğümüz gibi– kontrollü laboratuvar deneyi yöntemidir. Bu bakımdan deneysel araştırmalardan yararlandık. Ayrıca, bu konudaki sosyal psikolojik araştırmaların büyük çoğunluğunu da esasen deneyler meydana getirmektedir.

Ancak, etkileyici iletişim konusunda acaba laboratuvar deneyi sonuçları gerçek yaşamdaki etkileyici iletişim olayı ile ne dereceye kadar bağdaşabilir? İşte burada, propagandanın nasıl bir ortamda oluştuğu sorunu ön plana çıkmaktadır.

Hovland'ın da belirttiği gibi (1959), etkileyici iletişimin başarı düzeyi kısmen, laboratuvar ortamında mı, yoksa gerçek yaşam ortamında mı oluştuğuna bağlıdır. Bu konudaki araştırmaların genel sonucu, laboratuvarda propagandanın etkinliğinin daha fazla olduğudur. Bu genel olgunun nedenlerini açıklamadan önce gerçek yaşamdaki propagandanın etkinliğinin nasıl saptandığına kısaca değinelim.

Gerçek yaşamda karşılaşılan iletişimin etkinliği genellikle örneklem yöntemini kullanan survey araştırmalarıyla saptanmaktadır. Bundan önceki bölümde de belirtildiği gibi, örneğin seçimlerden bir yıl önce, bir örneklem seçilerek, survey yöntemiyle bir kamuoyu yoklaması yapılır. Altı ay sonra ve seçimlerden hemen önce gene aynı kimselere gidilerek kamuoyu yoklamaları tekrarlanır. Bu tekrarlardan amaç, geçen zaman içinde politik tutumlarda ne kadar bir değişme olduğunu saptamak ve bu değişmenin o zaman içinde o kimselere kitle haberleşme araçları aracılığıyla ulaşan propagandayla ilişkisini incelemektir.

Laboratuvar deneyi yöntemiyle tutumlarda önemli değişmeler görülmesine karşın, surveyler genellikle tutumların çok az değiştiğini göstermektedir. Örneğin, Amerikan seçimlerine ilişkin birçok araştırma, politik tercihlerdeki değişme oranlarının ancak % 3 ile % 10 arasında değiştiğini bulmuştur (Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet, 1948; Benham, 1965). Bu düşük yüzdeler, politik tercihlerin ne kadar güç değiştiğini göstermektedir. Ancak, kararsızların bir tercih yapıp seçime katılması bu yüzdelerin içinde değildir; onlar için esasen bir tutum değişimi değil, oluşumu söz konusudur. Gene de yerleşmiş politik tutumları değiştirmenin zorluğu açıkça görülmektedir. Bu yolda harcanan büyük paraların fazla bir sonuç sağladığı söylenemez. Ancak, bu paralar harcanmaya devam etmektedir çünkü % 3-% 10 gibi düşük bir değişme oranı bile, bilindiği gibi, seçim sonuçlarını belirleyici çok önemli bir rol oynayabilmektedir.

Laboratuvar deneyi sonuçlarıyla survey araştırmaları sonuçları arasındaki bu fark nereden geliyor? Başka bir deyişle, laboratuvar ortamında niçin gerçek yaşamda olduğundan daha fazla tutum değişimi meydana gelmektedir? Bunun çeşitli nedenleri Hovland tarafından (1959) incelenmiştir ve şöyle sıralanabilir:

1) Gerçek yaşamda, kitle haberleşme araçları ile dinleyiciye ulaşabilmek başlı başına bir sorundur, hâlbuki laboratuvar deneylerinde böyle bir sorun söz konusu değildir. Laboratuvarda, denekler, kendi görüşlerine ters düşen bir etkileyici iletişimi ister istemez okurlar ya da dinlerler, hâlbuki evinde radyo dinleyen bir kimse, kendi görüşüne ters düşen bir iletişimi dinlemek zorunda değildir; radyosunu kapatabilir.

Demek ki, kitle haberleşmesi için en önemli sorunlardan birisi, hedefe ulaşabilme sorunudur. Bu sorunu ele alan bazı araştırmacılar (Katz ve Lazarsfeld, 1955; Katz, 1957) kitle haberleşme araçlarıyla, çoğu zaman, etkileşimin halka doğrudan değil, dolaylı olarak ulaştığını bulmuşlardır. *İki kademeli bilgi akımı* olarak tanımlanan bu dolaylı süreçte şunu görüyoruz: Kitle haberleşmesi araçları ile iletişim doğrudan bazı yerel "fikir liderleri" ne ulaşmakta; sonra bu fikir liderleri bu iletişimi kendi çevrelerine yaymaktadırlar. Kitle haberleşme araçlarının doğrudan ulaşamadıkları hedefleri böyle dolaylı bir şekilde etkileyebildiği ortaya çıkmaktadır. Fikir liderleri, genellikle kitle haberleşmesine açık, çevrelerinde sevilen sayılan kişilerdir. Konudan konuya fikir liderleri değişmektedir. Örneğin, erkekler daha ziyade politika konusunda, genç kadınlar moda konusunda aile ve arkadaş çevrelerinde fikir lideri olabilirler. Aynı kimsenin hemen her konuda fikir lideri olduğu durumlar da vardır. Örneğin, bir köyde tek tahsilli kimse öğretmense, gazeteyi o herkese okuyup yorumlayacaktır.

2) Etkileyici iletişim hedefe ulaşsa bile, seçici algılama süzgecinden geçecek ve belki de bundan ötürü etkisini yitirecektir. Bu bölümün başında da gördüğümüz gibi, hedef, kendi fikrine ters düşen propagandaya karşı çeşitli şekillerde direnir. Bu direnme yollarından biri, özellikle gerçek yaşamda kitle haberleşme araçları ile gelen propagandaya karşı çok kullanılmaktadır. Bu, seçici algılamadır.

İnsanlar genellikle kendi fikirlerine uyan propagandaya, kendi fikirlerine ters düşen propagandadan daha açıktırlar. Örneğin bir politik partinin mitingine, genellikle o partiye mensup kimseler gider. Aynı şekilde, bireyler genellikle kendi fikirlerine ters düşen gazeteleri değil, kendi fikirlerine uyan gazeteleri okurlar.

Daha da ilginci, aynıiletişime tabi olan iki kişi, o iletişimi farklı biçimde yorumlayabilir. Örneğin, bu bölümün başında, aynı cümlenin Lenin ya da Jefferson'a atfedildiği zaman denekler için nasıl farklı anlamlar taşıdığını gördük.

Günümüzden bir örnek verecek olursak, X partili Ahmet, radyodan dinlediği Y partisi seçim konuşmasını çok başarısız olarak niteleyebilir. Aynı konuşmayı, Y partili Mehmet ise, çok başarılı görebilir. Buna benzer bir durum 1960'da Amerika Birleşik Devletleri'nde cumhurbaşkanlığı için çekişen Kennedy ile Nixon'un televizyon tartışmaları ile ilgili olarak görülmüştür. Televizyon seyircilerine hangi konuşmacının daha başarılı olduğu ve tartışmayı kazandığı sorulduğunda, Nixon taraftarlarının % 45'i Nixon'un, % 17'si Kennedy'nin kazandığını; Kennedy taraftarlarının ise % 71'i Kennedy'nin, % 3'ü ise Nixon'un kazandığını söylemişlerdir (Sears ve Whitney, 1973).

Bu örneklerden de görüldüğü gibi, hedef, iletişimi, kendi tutum ve gereksinmelerine göre algılamakta, yorumlamakta ve anlamını değiştirebilmektedir. Böylece iletişimin, hedefin tutumunu değiştirmedeki etkinliği azalabilir. Bu durum laboratuvar ortamında da söz konusu olabilir, ancak gerçek yaşamda hedef her türlü hareket ve yorum özgürlüğüne sahip olduğundan daha da önem kazanmaktadır.

3) Laboratuvarda direnmeye daha az rastlanmasının bir nedeni de, deneylerde genellikle dinleyiciler için fazla güncel önemi olmayan onlara uzak konuların kullanılmasıdır. Örneğin, birçok zaman hipotetik, gerçek olmayan konular laboratuvar deneylerinde kullanılır. Buna karşılık gerçek yaşamda propaganda konusu olan politik tercihler vb. gibi tutumlar, bireyler için büyük önem taşıdığından, bunların değiştirilebilmesi daha güçtür. Daha önce de gördüğümüz gibi, kişilerin kuvvetle bağlandıkları tutumlarını değiştirmek daha güçtür. Örneğin bir denek laboratuvarda pek iyi bilmediği ya da ilgilenmediği bir konuda –söz gelimi dünya ekonomisinde devalüasyonun gereği hakkında– bir etkileyici iletişime tabi tutulursa bu konudaki tutumunu belki kolaylıkla değiştirip bu etkileyici iletişimi kabul edebilir. Buna karşılık, Türkiye ekonomisinde devalüasyon gereği hakkında bir etkileyici iletişime karşı direnç gösterebilir, çünkü devalüasyon fiyatların artması ve hayat pahalılığı demektir ve kendisinin günlük hayatını doğrudan etkileyen bir konudur. Bundan ötürü de bu konudaki yerleşmiş tutumunu değiştirmeyecek, devalüasyonun gerekliliğini kabul etmeyecektir.

4) Laboratuvardaki iletişimin daha etkili olmasının bir başka nedeni de, bu iletişimin kaynağının genellikle daha inanılır olmasıdır. Laboratuvar deneyi kullanılan etkileyici iletişim araştırmalarının çoğunda iletişim kaynağı olarak bir bilim adamı ya da tarafsız olduğu belli olan yüksek saygınlığa sahip bir kimse kullanılır. Bu kimsenin yaptığı iletişimden kişisel bir çıkar sağlamadığı da bellidir. Böylece hem saygınlığı hem güvenilirliği yüksek olan propagandacının dinleyiciye etkisi de fazla olabilmektedir.

Gerçek yaşamda ise, kitle haberleşme araçlarında kullanılan etkileyici iletişimin, çoğu zaman, kaynağına çıkar sağlamak için yapıldığı düşünülür. Örneğin radyodan yapılan seçim konuşmalarında ya da reklamlarda, propagandacının tarafsız olmayıp dinleyiciyi etkilemeyi özellikle amaçladığı ve bundan kişisel çıkar sağladığı düşünülür. Bundan ötürü de güvenilirliği ve etkisi daha az olur.

5) Nihayet, gerçek yaşamda kişi, propagandanın etkisine genellikle tek başına maruz kalmaz; etrafında başkaları vardır. Örneğin, Ali evinde radyo dinlerken yanında ailesi, arkadaşları bulunabilir. Bu kimseler genellikle Ali'ninkilere benzer görüşlere sahip olduğundan, bu görüşleri değiştirme amacına yönelmiş bir propagandaya karşı direnmekte Ali'ye destek sağlayacaklardır. Böylece, Ali'nin propagandadaki iddialara karşı direnmesi kolaylaşacaktır. Başka bir deyişle, gerçek yaşamda propaganda karşısında kişi genellikle tek başına ve güçsüz kalmaz, grup desteğine dayanır. Propaganda özellikle kişinin ait olduğu ya da atıf grubu olarak gördüğü, önem verdiği grupların çıkarlarına ters düşerse, grup desteği sayesinde oluşturulan direnme daha da güçlü olacaktır. Örneğin, bir öğrenci, çok sevdiği, önem verdiği arkadaş grubunun tutumuna ters düşen bir iletişime büyük direnç gösterecek, onu kabul etmeyecektir (Kelley ve Volkart, 1952).

Bu örneklerden de ortaya çıktığı gibi, kişi destekleyici bir grup içinde, kendi kendine olduğundan çok daha güçlüdür. Grubun etkileme gücünü beşinci bölümde de incelemiştik. Bu konuya dokuzuncu bölümde daha etraflıca eğileceğiz.

Böylece, propaganda olayını temel iletişim ve tutum değişimi modeli (bkz. Şekil 6.3) içinde ele alarak inceledik. Bu incelemede kaynak, iletişim hedef ve ortam temel öğelerini esas alarak bunların her biri ile ilgili değişken etkenleri gözden geçirdik. Bu inceleme bize etkileyici iletişim ve bunun ortaya çıkartmayı amaçladığı tutum değişimi olayının ne denli karmaşık olduğunu göstermiştir.

V– Kültürün Özellikleri

Kaynağın, iletişimin ve iletişimin hedefi olan kişinin özellikleri gibi, kültürün özellikleri de ikna sürecine ve etkileyici iletişime etki eder. Daha önceki bölümlerde kültürün sosyal olgulara etkisinden bahsederken belirttiğimiz gibi, bireyci kültürlerde *bireyin kendisi* daha çok önem taşırken, toplulukçu kültürlerde *grup içi uyum ve aidiyet* daha ön plana çıkar. Kültürler arası bu farklılıklar kendini insanları en etkili şekilde ikna etmenin yollarında da gösterir. Örneğin, Amerikan ve Kore dergilerindeki reklamları inceleyen Han ve Shavitt (1993), Amerikan reklamlarında daha çok bireysel

kazanımların, kişisel başarıların ve bağımsızlığın ön plana çıkarıldığını bulmuşlardır. "Eşsiz olma sanatı", "Liderler arasında bir lider", "Herkesten daha iyi olan sen" gibi sloganların kullanıldığı Amerikan reklamları, Kore reklamlarından ayrılmaktadır. Kore reklamlarında ürünün gruba olan yararları, kişilerarası uyum ve aile bütünlüğü gibi öğeler kullanılmaktadır. "İnsanları bir araya getirecek bir yöntemimiz var!", "Paylaşmak güzeldir" gibi sloganlar daha yaygındır. Han ve Shavitt'in yaptıkları ikinci bir araştırmada, Amerikalıların bireye yönelik reklamları, Korelilerin de gruba yönelik reklamları daha ikna edici buldukları ortaya çıkmıştır.

Aynı şekilde, kültürler arası farklar kendini iletişim kaynağının güvenilirliğinin nasıl algılandığı konusunda da göstermektedir. King ve arkadaşları (1985), Japon ve Amerikalıların iletişim kaynağının güvenilirliğini nasıl algıladıklarına bakmışlar ve Japonların Amerikalılardan farklı olarak iletişimi yapanın "düşünceli" bir kimse olmasını da iletişimin inanılır veya güvenilir olmasının bir şartı saymışlardır. Bu fark, toplulukçu bir kültür olan Japonya'da, başkalarının istek ve gereksinimlerine cevap vermenin önemsenmesinden kaynaklanmaktadır (Barnlund, 1989). Nihayet bundan önceki kısımda da sözünü ettiğimiz gibi başkalarına nasıl göründüğüne duyarlı olan kendini izlemeye yatkın kimseler, görüntünün vurgulandığı çevresel yumuşak satış tekniğinden, kendini izlemeyen bağımsız bireycilerse sert satış tekniğinden etkileniyorlar. Bu yatkınlıkların da sırasıyla, toplulukçu ve bireyci kültürlerde daha yaygın olduğu düşünülebilir.

Sağlık alanında yapılan ikna çalışmalarında da kültürel farklılıklara rastlanmıştır. Örneğin; kişilere kafein tüketiminin fibrosistik hastalığına sebep açtığı ve bu hastalığın bireyin fiziksel sağlığı üzerinde olumsuz sonuçlar doğurduğu söylenildiğinde bireycilik kavramı hatırlatılan Avrupalı-Amerikalılar diğer katılımcılara göre mesajı daha ikna edici bulmuşlar ve daha çok kabul etmişlerdir. Ayrıca, kendilerini bu hastalık karşısında daha çok risk altında görmüşler ve hastalıktan korunmak için mesajda istenilen davranışı daha çok sergilemişlerdir. Kişilere bu hastalığın kişinin yakınları üzerinde olumsuz sonuçlar doğurduğu söylendiğinde ise toplulukçuluk kavramı hatırlatılan Asyalı-Amerikalılar mesajı daha çok kabul etmişlerdir (Üskül ve Oyserman, 2010).

Kültürel değerlerle uyuşan sağlık mesajları en yüksek etkiye kişilerin baskın kültürel yönelimi kişilere hatırlatıldığında ulaşılmıştır. Yani bu ikna çalışmalarında hatırlatılan kültür çerçevesinin ve kronik kültür çerçevesinin uyuşması mesajın etkisi arttırmıştır.

Yukarıda sunduğumuz araştırma bulguları, hangi iletişim tarzının daha etkili olduğunu bulabilmek için iletişimin kimden kime, hangi ortamda ve kültürde oluştuğuna dikkat etmemiz gerektiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, ikna süreçlerini etkileyen faktörleri tek başına incelemek insanların propaganda karşısında nasıl ikna olduklarını ya da nasıl direnç gösterdiklerini tam olarak anlamamız için yeterli değildir. Tutum değiştirme süreçlerini etkileyen faktörler birbirleriyle etkileşim içinde kişinin bir mesaj karşısında ne şekilde ikna olacağını belirlemektedir. Örneğin, Kao (2011) düşünme ihtiyacı, zaman baskısı ve mesajın çift

yönlü olup olmamasının ikna üzerindeki etkisini ele almıştır. Bu çalışmada hem hedef öğesinin, hem ortam öğesinin hem de mesaj öğesinin özelliklerinin etkisi ve birbirleriyle olan etkileşimleri incelenmiştir. Sonuçlar, çift yönlü mesajların tek yönlü olanlardan daha çok kişinin mesaja yönelik olumlu tutumlar geliştirmesine sebep olmuştur. Yüksek düşünme ihtiyacına sahip olan kişiler daha az düşünme ihtiyacına sahip olanlara göre mesajı daha çok benimsemişlerdir. Orta seviyede bir zaman kısıtlaması yüksek ve az zaman kısıtlamasından daha çok mesaja yönelik olumlu tutumlara sebep olmuştur. Ancak bu üç faktörün ayrı ayrı etkisinden daha önemli olan da bu üç faktörün etkileşimidir. Yüksek düşünme ihtiyacına sahip olan kişiler düşük ve orta derecede zaman kısıtlaması altında çift yönlü mesajdan tek yönlüye göre daha fazla etkilenmişlerdir. Zaman kısıtlaması en yüksek seviyede iken mesajın çift yönlü ya da tek yönlü olması bir fark yaratmamıştır. Diğer taraftan, düşük düşünme ihtiyacına sahip olan kişiler için tek yönlü mesaj düşük ve yüksek zaman kısıtlaması altında daha ikna edici olmuştur. Orta derecede zaman kısıtlaması ise çift yönlü mesajların daha ikna edici olmasını sağlamıştır.

Eşik Altı Mesajlar

Eşik altı mesaj (subliminal messages) konusunda ilginç bir tartışma Eylül 2000'de ABD'de başkanlık seçimleri sırasında demokratların başkan adayı Al Gore ile cumhuriyetçilerin adayı George Bush arasında yaşandı. Bush yanlısı propagandacı, Al Gore'un ilaç planını eleştirirken dinleyiciler ilginç bir duruma dikkat ettiler. Propagandacı "Gore'un reçetesi: Bürokratlar kararı" derken, Bürokrat'ın içindeki, İngilizce *sıçan* demek olan "rat" harfleri saniyenin otuzda biri kadar sürede ekranda parladı. Bu parlamayı fark eden dikkatli bir izleyici, Gore'un kampanyasındaki görevlileri uyardı ve basınla temasa geçildi. Ülke Bush'un Gore hakkında kötü bir imaj yaratmak için eşik altı mesaj kullandığı iddiasıyla çalkalandı. Bush bunu kasten yaptığı yönündeki iddiaları reddedip bunun tamamen kaza olduğunu ileri sürdü (Borger, 2000).

Eşik altı mesajlarla ilgili tartışmalar ülkemizde de yapılmaktadır. Çizgi filmlerde, filmlerde ve reklamlarda bu yönteme sıkça başvurulduğu iddia edilmektedir. Bu iddiaların doğruluğu kanıtlanmamakla birlikte yapılan bazı laboratuvar çalışmaları bu iddialarda doğruluk payı olduğunu göstermektedir. Örneğin bir araştırmada (Murphy ve Zajonc, 1993) kişilere Çince bir harf gösterilmeden önce, 4 milisaniye süresince, yani algı eşiği altında bazı resimler gösterilir. Bu resimler mutlu bir kadın, kızgın bir kadın ve hiç duygu ifade etmeyecek bir geometrik şekildir. Daha sonra bu kişilere Çince harfi sevip sevmedikleri sorulur. Çince harften önce mutlu kadın resmi görenler harfi en çok severken, bunu nötr olan şeklin resmi takip eder, kızgın yüzle eşleştirilen Çince harfe maruz kalan gruptaki kişiler ise harfi sevmediklerini ifade ederler. Dolayısıyla eşik altı mesajların da tutumlarımızı etkilemede önemli bir yere sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Okuma Parçası - 5: Eşik Altı Reklamların Doğuşu

12 Eylül 1957'de verilen bir konferansta James Vicary yeni bir şirketin kurulumundan bahsetmiş ve bu şirketin eşik altı mesajlarla reklamcılıkta yeni bir çığır açacağını vurgulamıştır. Vicary New Jersey'deki bir sinemada 6 hafta boyunca yaptıkları çalışmanın sonuçlarını anlatmıştır. Çalışmada film boyunca 5 saniye aralıklarla "Kola iç" ve "Mısır ye" sloganları 3 ms hızla görünüp kaybolmuştur. Vicary bu eşik altı mesajların % 57.5 oranında mısır satışlarını ve % 18.1 oranında kola satışlarını arttırdığını iddia etmiştir.

Vicary'nin bu konuşması dünya çapında yankı uyandırmış ve eşik altı beyin yıkamaya karşı protestolar olmuştur. İnsanlar eşik altı mesajlarla bu kadar kolay yönlendirilebilecekleri karşısında üzülmüş ve Avustralya, İngiltere gibi bazı ülkelerde eşik altı reklamları yasaklayan yasalar çıkarılmıştır. Amerika'da böyle bir yasa çıkmamıştır, ancak eşik altı reklam yaptığı kanıtlanan şirketlerin yayın yapma lisansının iptal edileceği açıklanmıştır.

İlk başlarda Vicary topladıkları veriyi göstermeyi reddetmiş, çalışmanın yürütüldüğü sinemanın yerini de söylememiştir. Yükselen tepkilerle birlikte bir röportajında bu çalışmayı hiç yapmadığını itiraf etmiştir. İşin ilginç tarafı ise yukarıdaki çalışmada gösterildiği gibi bazı koşullarda eşik altı mesajların etkili olmasıdır.

BÖLÜM 7

SOSYALLEŞME VE SOSYAL GELİŞİM

Bundan önceki bölümlerde, sosyal psikolojik kuram ve süreçleri kişi-grup düzeyinde inceledik. Mikro düzey de diyebileceğimiz bu bakış açısından kişilerarası ilişkiler, etkileme ve uyma, tutumlar ve tutum değişimi, sosyal biliş ve grup dinamiği ön plana çıktı. Makro düzeyden bakıldığında en önemli konuların sosyalleşme, sosyal gelişim, ahlak gelişimi, saldırganlık, olumlu sosyal davranış ve kültür-benlik ilişkileri olduğunu görüyoruz. Sosyalleşme, sosyal gelişim, ahlak gelişimi, saldırganlık ve olumlu sosyal davranış konularını bu bölümde, kültür-benlik ilişkilerini de son bölüm olan Sosyal Psikoloji ve Kültür bölümünde inceleyeceğiz.

Sosyalleşme ve Sosyal Gelişim

Sosyalleşme, insan yavrusunun toplumun bir üyesi haline gelmesidir, yani ailesinin, akraba ve komşuluk çevresinin, kent ve köyünün ve nihayet ulusunun bir parçası olduğunu öğrenmesidir. Büyümekte olan çocuk, etrafındakilerle etkileşim sonucu, onlarınkilere benzer davranışlar geliştirecektir. Böylece tek tek kişiler yerine toplumun üyeleri olan, birbirlerinden farklılıkları olduğu gibi, birbirlerine büyük benzerlikler de gösteren toplumsal bireyler oluşur. Sosyalleşme terimi, daha çok sosyolojide kullanılır ve çevrenin çocuk üzerindeki etkisini ön plana çıkarır. Sosyal psikologların bir kısmı, bu terimi reddeder. Bunun nedeni, bu kavramın çocuğu bir anlamda pasif olarak görmesi ve çocuğun da kendine has özellikleriyle çevresini şekillendirdiği gerçeğini göz ardı etmesidir. Gerçekten de çocuk, doğuştan var olan genetik özelliklerinin de etkisiyle, çevreden etkilendiği kadar, çevreyi etkilemeye de başlayacaktır. Bu nedenle, sosyal psikologlar, sosyalleşme kavramı yerine *sosyal gelişim* kavramını tercih ederler. Biz, bu ayrımı belirtmekle beraber burada her iki kavramı da kullanacağız.

Hatırlanabileceği gibi, kitabın ilk bölümünde sosyal psikolojinin tarihsel gelişmesi içinde de bu temel sorun ele alınmıştı. Sorulan soru şu idi: "Kişisel farklılıklara ve çeşitli güdülenmelere rağmen insanlar nasıl oluyor da benzer davranışlarda bulunarak bir sosyal düzen kurabiliyorlar?" Özellikle 19. yüzyılda bu sorunun cevabı sosyal felsefede aranırken bugün aynı soruyu cevaplayabilmek için sosyalleşme süreci incelenmektedir.

İnsanın sosyalleşmesi çok karmaşık bir süreçtir. İnsan, etrafında bulunanların, her gün karşılaştığı sayısız olayların ve kişilerin, içinde bulunduğu sosyoekonomik ve sosyokültürel koşulların, gelenek ve yasaların, fiziksel çevrenin ve saymakla bitmeyen daha pek çok etkenin etkisindedir. Bu etkenlerin karmaşık etkileşimi sonunda insan bir *kişi* olarak belirir. Bu etkenlerin oluşturduğu karmaşık bütün hiç bir zaman iki ayrı insan için tıpatıp aynı olmayacağından, hiç bir kimse bir diğerinin tıpatıp aynısı değildir.

Bu çevresel etkenlerin yanında, kalıtım yoluyla geçen pek çok özelliğin de kişiyi belirleyici ve başkalarından ayırıcı önemi vardır. Genel nüfus içinde çok az sayıda görülen tek yumurta ikizlerinin dışında, hiç kimsenin katılımsal gizil (potansiyel) yapısı bir başka kimseninkiyle aynı değildir.

İnsanın biyolojik bir varlıktan sosyal bir birey haline dönüşmesi böyle sayılamayacak kadar çok etkene bağlıysa, sosyalleşme süreci nasıl incelenebilir? Aslında etkenlerin sayı ve çeşidinin çokluğu süreci inceleyemeyiz anlamına gelmez. Nitekim kişilik, zekâ gibi insan davranışıyla ilgili hemen her konuda da pek çok etkenin söz konusu olduğunu bilmekle beraber bunları incelemekteyiz.

Araştırmacılar sosyalleşme olgusunu çeşitli yönleriyle ele almışlardır. Örneğin, bağımlılık, bağımsızlık, saldırganlık, taklitle öğrenme, başarı güdüsü, cinsiyetle ilgili rollerin öğrenilmesi ve ahlak gelişmesi konularında sosyalleşme süreci etraflıca incelenmiştir. Çeşitli sosyalleşme konularını iki grupta toplayabiliriz. Birinci grup kişilik ya da benlik gelişimidir. İkinci grup ise bilişsel gelişimdir. Birinci gruba yukarıdaki konulardan cinsiyetle ilgili rollerin öğrenilmesi, bağımlılık, bağımsızlık, saldırganlık, başarı güdüsü gibi alanlardaki sosyalleşme süreci girer. İkinci gruba ise öğrenme, zekâ gelişimi, düşünme ve algı gelişimi gibi konular girer. Doğal olarak kişilik gelişimiyle kişilik kuramları, bilişsel gelişimiyle de bilişsel kuramlar ilgilenmiştir.

Bu konuların hepsine burada eğilmek olanağına sahip değiliz. Onun için kültürler arası ölçmeye ve karşılaştırmalı araştırmaya konu olmuş olan *ahlak gelişimi* konusunu bir örnek olarak ele alacağız. Bu konunun bir özelliği de; hem kişisel gelişim hem de bilişsel gelişim sürecinde ele alınmış olmasıdır. Böylece bu konuyu kişisel (Freud) ve bilişsel (Piaget ve Kohlberg) kuramsal yaklaşımları açısından inceleyeceğiz. İkinci olarak *saldırganlığa* değineceğiz. Saldırganlık da sosyalleşmenin sosyal psikolojide incelemeye en çok konu olmuş bir alt konusudur. Son olarak da *olumlu sosyal davranışı* ele alacağız.

Ahlak Gelişimi

Günümüzde ahlak gelişimine eğilen gelişim psikologları ve sosyal psikologlar ahlak gelişiminde ya duygusal-güdüsel etkenlere ya da bilişsel etkenlere önem vermektedirler. Bu etkenler Freud'un ve Piaget'nin sosyalleşme kuramlarında ilk defa etraflıca incelenmiş ve sonraki kuramsal ve görgül gelişmeler konuyu daha iyi anlamamıza yardımcı olmuştur. Bu iki klasik yaklaşımı kısaca ve ana hatlarıyla inceleyelim.

1. Ahlak gelişimine duygusal-güdüsel yaklaşım: Freud

Freud, ahlak ve kişilik gelişimini *duygusal-güdüsel* bir süreç olarak ele almıştır. Freud'a göre, duygusal-güdüsel ahlak gelişimi, id, ego ve süperego ilişkilerindeki denge kavramına bağlanmaktadır. *İd,* kişiliğin bilinçaltı kısmıdır; temel olarak cinsiyet ve saldırganlık güdülerinden oluşur ve isteklerine doyum arar. *Ego,* kişiliğin gerçekçi ve ussal öğesidir. Ego bilinçlidir ve id'in isteklerinden toplumca kabul edilenlerin bilinç düzeyine çıkmasına izin verir. Ego'nun hangi isteklerin bilinç düzeyine çıkmasına izin vereceğini, hangilerini ise bilinçaltında tutması gerektiğini belirleyen, süperego'dur. *Süperego* çocukluk evresinde çocuğun büyükleri ile olan etkileşimi sonucu gelişir ve toplumsal yasakları içerir.

Bu yapısal analize göre, toplumun kuralları süperego yoluyla kişiliğin bir parçası haline gelir. Böylece kişi dışarıdan onu gözleyenler olmadığı durumlarda da, kendi kendinin gözcüsü olarak o toplumun ahlak kurallarına uyar. Güçlü ve gerçekçi bir ego, id'den gelen ve doyum isteyen güdülerle süperegonun bazen aşırıya kaçan yasaklamaları arasında sağlıklı bir denge kurabilir. Bu durumda hem ahlak gelişimi yeterlidir, hem de psikolojik sağlık yerindedir. Bu dengenin bozulduğu hallerde, eğer süper–ego ağır basarsa, kişi suçluluk duyguları içinde bunalır; eğer id ağır basarsa, kontrolsüz, taşkın davranışlar görülebilir.

Süperegonun ahlakı kontrol ettiği görüşü günümüzde araştırmacılar tarafından fazla benimsenmemektedir, çünkü bunu kanıtlayan görgül veriler pek yoktur. Psikanalitik görüş, bugün, süperegodan çok "egonun gücü" üzerinde durmaktadır. Diğer taraftan da çocuk yetiştirme yollarının ve özellikle çocuğa uygulanan ceza türünün vicdan gelişimine etkisi çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Ceza konusu bölümün ilerleyen kısımlarında ayrıntılı olarak incelenecektir.

2. Ahlak gelişimine bilişsel yaklaşımlar: Piaget ve Kohlberg

Piaget ve onu izleyen Kohlberg ahlak gelişimini, kural, yasa ve daha yüksek ilkelerin öğrenilmesini içeren *bilişsel* bir yaklaşımla incelemişlerdir. Piaget aşamalı gelişmeleri içeren bir kuram ortaya atmıştır. Piaget, çocuğun bilişsel gelişiminin; gittikçe daha soyutlaşan bir usavuruş sistemini içeren dört evreden geçtiğini öne sürmüştür. Piaget tarafından bilişsel gelişmeye paralel olarak ortaya çıktığı belirtilen ahlak gelişimi evreleri ise iki tane olarak kavramlaştırılmıştır: Dışa bağlı ahlak evresi ve özerk ahlak evresi. Dışa bağlı evrede, *ahlaki gerçekçilik* söz konusudur ve çocuk, yetki sahibi büyükler tarafından belirtilen kuralları mutlak olarak kabul eder. Özerk ahlak evresinde ise birey, kuralların durumsal gereksinmelere bağlı olarak değiştirilebileceğini kavrar.

Piaget, kuramındaki evrelerin evrensel ve kültür özelliklerinden bağımsız olduğunu ileri sürmüştü. Oysa yapılan araştırmalar bu iddiayı ciddi şekilde sorgulamış ve özellikle özerk evrede varsayılan evrenselliğin mevcut olmadığını göstermiştir.

Kohlberg (1969), Piaget'nin kuramını geliştirerek, ahlaki gelişimi ölçmek ve kavramsallaştırmak için ayrıntılı bir model oluşturmuştur. Kohlberg de Piaget gibi, kültürel sınırları aşan, doğal olan ve bilişsel temele dayanan ahlak gelişimi evreleri üzerinde durmuştur. Ancak, Piaget'nin ikili evresinin ötesine geçerek altı evreli, ergenlik ve yetişkinliğe uzanan ahlak gelişimi aşamaları bulmuştur. Kohlberg'in araştırmalara dayanarak bulduğu ahlak gelişimi evreleri giderek yükselen bir ahlak anlayışını içeren üç düzey ve bunların her birindeki iki evre ile belirlenir (bkz. Tablo 7.1).

Tablo 7.1
Kohlberg'in Ahlak Gelişimi Evrelerinin Tanımlanması

I. Gelenek Öncesi Düzey	
1. Evre: İtaat ve Ceza Yönelimi Bu evrede bir davranış cezalandırılıyorsa kötü, cezalandırılmıyorsa iyidir. Cezadan kurtulmak ve yetkiye karşı tam riayet değerlidir.	**2. Evre: Saf Çıkarcı Yönelim** Pragmatik alış-veriş kavramı (Sen bana yardım et, ben de sana ederim.), sevgi, bağlılık ve adalet kavramı yerine geçerlidir. Çocuk ödüllen-dirilen davranışları yapar, cezalandırılanlardan çekinir.
II. Geleneksel Düzey	
3. Evre: İyi Çocuk Eğilimi İyi davranış, başkalarını memnun eden, onlara yardımcı olan ya da onlar tarafından takdir edilen davranıştır.	**4. Evre: Kanun ve Düzen Eğilimi** Doğru davranış, otoriteye saygı göstermek, kural ve yasalara uymaktır.
III. Gelenek Üstü Düzey	
5. Evre: Kontrat ve Yasaya Uygunluk Yönelimi Doğru davranış, insan hakları ve toplum yararı gözetilerek, toplum tarafından kabul edilmiş ilkelere uygun davranıştır.	**6. Evre: Evrensel Ahlak İlkeleri Eğilimi** Doğru ve yanlış, sosyal düzenin yasa ve kurallarıyla değil, kişinin kendi vicdanıyla ve kendi geliştirdiği ahlak ilkeleriyle tanımlanır.

Kohlberg'e göre ahlak gelişimi Tablo 7.1'deki evrelerin sırasına göre olur ve bu sıralama değişmez. Bunun nedeni, her evrede bir önceki evrede erişilen ahlak gelişiminin bir sentezinin yapılması ve onun ilerisine erişilmesidir. Ancak, her birey 6. evreye kadar çıkmayabilir. Hatta Kohlberg'in kendi araştırmalarına göre yetişkin bireylerin çoğu 4. evrede kalır.

Kohlberg ahlak evrelerini saptayabilmek için kişilere ahlaki ikilemler içeren bazı hikâyeler vererek, her hikâye hakkında çeşitli sorular sormuştur. Aşağıda bu hikâyelerden bir örnek verilmiştir.

> Heinz adlı bir adamın karısı az rastlanan bir kanser türünden ölmek üzeredir. Doktorlar bir ilacın onu kurtarabileceğini söylerler. Bu ilaç aynı şehirde oturan bir eczacının keşfettiği bir çeşit radyumdur. Bu ilaç pahalıya mal olmuştur. Radyuma 200 dolar verdiği halde ilacın küçük bir miktarı için 2000 dolar istemektedir. Heinz tanıdığı herkesten borç alarak ancak 1000 dolar toplayabilir. Eczacıya karısının ölmek üzere olduğunu söyler, ondan ilacı ya daha ucuza vermesini ya da paranın yarısını sonra almayı kabul etmesini ister. Fakat eczacı, Heinz'ın isteğini kabul etmez. Bunun üzerine çaresiz kalan Heinz eczaneye girip karısı için ilacı çalar (http://en.wikipedia.org/wiki/Heinz_dilemma)

Deneklere Heinz'in doğru mu, yanlış mı yaptığı nedenleriyle birlikte sorulur. Doğru ya da yanlış yargılarından çok bu yargıların dayandığı ahlaki düşünce tarzı üzerinde durulur. Heinz'ın yaşadığı ahlaki ikilem karşısında ne yapması gerektiği sorulduğunda kişilerin nasıl cevap verdiği bulundukları ahlaki evreye göre değişmektedir. Yukarıdaki hikâye için çeşitli evrelerdeki ahlaki düşünce tarzları için deneklerin verdiği cevapları inceleyebiliriz.

Örneğin, 1. evrede olan bir kişi Heinz'ın ilacı çalması gerektiğini düşünebilir. İlaç çalmanın kötü bir şey olmadığını veya ilacın o kadar da pahalı olmadığını gerekçe gösterebilir. Ya da hırsızlığın büyük bir suç olduğunu, izin alması gerektiği ve ilacın pahalı olduğunu sebep göstererek, Heinz'ın ilaç çalmaması gerektiğini düşünebilir. Ahlaki gelişiminin 3. evresinde olan bir kişi ise Heinz'ın ilacı çalması gerektiğini, çünkü Heinz'ın karısını sevdiği için hırsızlık yaptığını ve bu yüzden onu suçlamanın yanlış olduğunu düşünebilir. Ya da Heinz'ın ilaç çalmaması gerektiğini, çünkü onun tüm yasal yolları denediğini, ancak eczacının bencil olduğunu söyleyebilir. Ahlaki gelişiminin 6. evresinde olan bir kişi de Heinz'ın ilacı çalması gerektiğini, çünkü Heinz'ın ilacı çalmakla karısını ölüme terk etmek arasında bir tercihe zorlandığı ve böyle bir durumda önemli olanın insan hayatının korunması olduğunu belirtebilir. Ya da Heinz'ın ilacı çalmaması gerektiğini düşünür. Karısı kadar başka insanların da ilaca ihtiyacı olabileceğini ve Heinz'ın bütün insanların hayatının korunmasının göz önünde bulundurması gerektiğini sebep gösterebilir.

Kitabın üçüncü bölümünde incelediğimiz Milgram'ın (1965) "itaat" deneyini hatırlayalım. Kohlberg'in ahlak yargısı hikâyeleri daha önce üçüncü bölümde incelediğimiz Milgram'ın (1965) itaat deneyine denek olarak katılan üniversite öğrencilerine verilmiştir. Kohlberg, ileri ahlak düzeyinde olan deneklerin acı çekmekte olan bir başkasına elektrik şoku vermeyi kabul etmeyip emre karşı geleceklerini tahmin etmişti. Sonuçlar, tahminini doğrulamıştır. Şöyle ki, 5. ve 6. evrede olan 8 denekten 6'sı (%

75'i) emre karşı gelerek 'öğrenci'ye şok vermeyi durdurmuşlardı. 3. ve 4. evrelerdeki 24 deneğin ise sadece 3'ü (% 12.5'i) şok vermeyi durdurmuştu.

Peki, Kohlberg'in ahlaki gelişim evreleri toplumdan topluma farklılık göstermekte midir? Bu konu ile ilgili alakalı Kohlberg beş farklı toplumda ve Obermeyer (1973) Lübnan'da çalışmalar yapmıştır. Birinci çalışmada Kohlberg Amerika, Çin ve Meksika'da orta sosyoekonomik düzeyde, kentsel 10-13 ve 16 yaşlarındaki erkek çocukların ahlak evreleri ile Türkiye ve Yukatan'da (Meksika) iki köydeki erkek çocukların ahlak evrelerini karşılaştırmıştır.

Her ülkede çocukların için ahlak evreleri sıralaması bu evrelerin zorluk ya da olgunluk sırasıyla aynıdır. Yani çocukların yaşları büyüdükçe verdikleri cevaplar 1. evreden 4. ve 5. evreye doğru yükselmiştir. Ancak 6. evre pek bulunmamıştır. Ayrıca Amerika dışındaki ülkelerde ve daha az gelişmiş kırsal bölgelerde, başkalarıyla iyi ilişkiler vurgulayan 3. evre cevapları; daha bireyci bölgelerde ise (ABD) 5. evre cevapları daha çok görülmüştür. 5. evrenin Amerikan hükümetinin ve anayasasının resmi ahlakını temsil ettiğini de belirtmiştir. Bu bakımdan kişinin içinde yaşadığı toplum değerlerinin önemi de ortaya çıkmaktadır.

Kohlberg'in ahlak gelişimi kuramı eleştirilmiş ve bu eleştirilerin sonucunda birtakım değişikliklere uğramıştır. Aşağıda Kohlberg'in kuramının en çok eleştirilen kısımlarını inceleyelim.

Kohlberg'in kuramı bilişsel bir kuram olduğu için ahlak gelişiminde davranışlardan çok düşünce ön plana çıktığından bu eleştirilmiştir. Düşüncenin ahlaki olması, davranışın da öyle olacağı anlamına gelmez. Örneğin, sürekli ahlaktan söz eden politikacıların ahlak dışı davranışlarda bulunduklarına sıkça rastlıyoruz. Kohlberg, düşünce-davranış boyutunda ortaya çıkabilecek tutarsızlıklara hiç değinmemiştir.

Kohlberg'in en çok eleştirildiği noktalardan biri de, kuramının evrensel olduğunu iddia etmesine karşın, öznel ya da kültürel değer yargıları içermesidir. 27 farklı kültürde yapılan araştırmaların gözden geçirildiği bir çalışmada (Snarey, 1987), ahlak gelişiminin Kohlberg'in öne sürdüğünden çok daha fazla, kültüre bağımlı olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, bu çalışmada da görülmüştür ki, bazı kültürlerde yüksek düzey ahlak anlayışı olarak görülen değerler Kohlberg'in listesinde yüksek düzey olarak değerlendirilmemiştir. Örneğin, toplulukçu "beraberlik kültürlerinde" diğer insanlara iyi davranma ve bireyin toplumla olan bağı çok önemlidir. Bu tür değerler, bireyin haklarını ve adaletin soyut prensiplerini yansıtmadıkları için, Kohlberg'in yarattığı ahlak sisteminde yüksek düzeyde yer almazlar. Kohlberg'in kuramında bireyci bir yanlılık söz konusu olup, özellikle toplulukçu/paylaşımcı bir yaklaşım önemsenmez. Görüldüğü gibi, farklı kültürlerde yapılan araştırmalarda kuramın, Kohlberg'in iddia ettiği gibi bir evrensellik içermediği bulunmuştur.

Bulgular kültürden kültüre değiştiği gibi, cinsiyetler arasında da farklılık göstermektedir. Carol Gilligan (1996), Kohlberg'in kuramının sosyal ilişkileri ve başkalarını düşünmeyi gerektiği gibi yansıtmadığını ileri sürmüştür. Kohlberg, kişinin haklarına odaklandığı adalet perspektifinde, bireylerin yalnız başlarına olduklarını ve ah-

laki kararları kendi başlarına aldıklarını savunmuştur. Gilligan ise, kişileri başkalarıyla bir ilişki içinde görmüş ve kişilerarası iletişimi, başkalarıyla olan ilişkileri ve başkalarını düşünmeyi önemseyen bir ahlaki bakış açısı geliştirmiştir. Gilligan'a göre, özellikle böyle bir ahlak anlayışı kadınlar için daha geçerlidir. Kohlberg'in yaklaşımı bir erkek olduğu ve araştırmalarının çoğunu erkeklerle yaptığı için bu şekilde oluşmuştur. Yani, kuram kültürel olarak yanlı olduğu kadar, cinsiyet açısından da bir yanlılık içermektedir.

Gilligan (1996), 6–18 yaşları arasındaki kızlarla yaptığı araştırmasında, ahlak içeren konuların insan ilişkileri çerçevesinde ele alınıp değerlendirildiğini gözlemiştir. Başka araştırmacılar da, Gilligan'ın savını ve bulgularını destekleyici sonuçlar elde etmişlerdir (Galotti, Kozberg ve Farmer, 1990). Gerçekten de, kadınların ve erkeklerin ahlaki çıkarımlarda farklı noktalardan hareket ettikleri bulunuyor. Ancak, elde edilen bir başka bulgu da, bu farklı hareket noktalarının birbirini tamamen dışlamadığıdır. Yapılan bir araştırmada, her iki ahlak anlayışına da (adalete dayalı ve ilişkilere dayalı) sahip kişilerin bulunduğu görülmüştür (Gilligan ve Attanucci, 1988).

Gilligan'ın cinsiyetler arası ahlak anlayışı farkı bulması, özellikle ABD'de büyük yankı uyandırmıştır. Bu farklar, kültürel farklardan daha sonra bulunmuş olmasına rağmen daha fazla ilgi çekmiştir. Bu durum dikkate değerdir. Şöyle ki, Amerika'da yapılan araştırmalarda kadınlar, ilişkiye dayalı ahlak anlayışı ve tercihlerinden ötürü (3. Evre) erkeklerden daha düşük ahlak düzeyinde bulununca, bu bulgu, kuramın sorgulanmasına yol açmıştır. Oysaki aynı farklılık kültürler–arası karşılaştırmalarda da ortaya çıktığında, özellikle daha toplulukçu kültürlerde, gene ilişkili ahlak anlayışının (3. Evre) yaygın olduğu bulunduğunda, bu bir rahatsızlık yaratmamıştır.

Kohlberg'in kuramındaki bir başka sorun, kişisel ahlak düzeyi ile toplumsal ahlak düzeyinin her zaman uyuşmamasıdır. Örneğin, 6. evredeki bir kişi zor bir ahlak sorunuyla karşılaştığı zaman, evrensel ve mantıken tutarlı ideal ahlak ilkelerine göre davranacaktır. Bu ilkeler yasalara ters düşecek olursa, o kimse de yasalara ters düşecektir. Ancak bu kimse, aynı zamanda yasaların toplum yararı için genel görüş birliği ve anlaşma sonucunda yapıldığının da bilincindedir. Burada sorun, 6. evredeki bir kimsenin 4. evredeki bir toplumda nasıl yaşayabileceğidir.

Bir başka eleştiri noktası, ilke çatışması sorunudur. Örneğin çocukluğundan beri kan davasının boynunun borcu olduğunu öğrenen bir kimse için, hasım aileden birini öldürmek çok önemli ve günlük yaşamının bir parçası haline gelmiş bir ilkedir. Gene yaşamı boyunca eğitim ve toplumdan edindiği yasalara uyma, adam öldürmeme gibi ilkeler kan davasıyla ters düşmektedir. Hangi ilkenin kişinin davranışını belirlemede daha etkili olacağını Kohlberg'in kuramı açıklamakta yetersizdir.

Görüldüğü üzere, ahlak sorunu kişisel ve toplumsal etkenlerin birbiri içine girdiği bir sorun olarak belirmektedir. Çeşitli kuramlar ve özellikle bilişsel gelişmeyi ön plana çıkaran Kohlberg'in yaklaşımı bu konunun ayrıntılarına ışık tutmuş ve araştırmaya dönük kavramlaştırmaları sağlamıştır. Bu kurama yönelik eleştirel bakış da, özellikle kültürlerarası araştırmaların yapılmasına yol açmış ve bu alanda bilgi birikimine katkıda bulunmuştur.

3. Cezalandırma türünün vicdan gelişmesine etkisi

Sosyalleşmenin bir parçası olan çocuk yetiştirme tarzları ve özellikle çocuğa uygulanan ceza türünün vicdan gelişimine etkisi çeşitli araştırmalara konu olmuştur.

Çocukta vicdan ve ahlak gelişmesi konusunda yapılan çeşitli araştırmalar çocuklara sık sık uygulanan güç gösterisinin (yani çocuğu dövmek, bodruma kapamak, cezaya bırakmak gibi fiziksel cezanın) çocukta zayıf vicdan gelişimi yani yetersiz iç kontrol meydana getirdiğini göstermiştir.

Acaba çocuğu dövmek ya da kuvvet kullanarak cezalandırmak niçin çocukta zayıf vicdan gelişmesine yol açar? Çocuk bir yaramazlık yaptığı zaman dayak yerse, yaptığının karşılığını ödemiş demektir. Yaptığını tamir etmek ve onun kötü sonuçlarını düzeltmek için düşünmesine ya da başka bir şey yapmasına gerek kalmamıştır. Ayrıca, dövülmek, çocukta ana-babaya karşı kızgınlık yaratır. Dolayısıyla çocuk kendi yaptığının kötü bir şey olduğunu öğrenip kendini suçlayacağına, kendini döveni suçlar. Nihayet, bu disiplin tekniği, çocuğa taklit edebileceği bir model sağlar. Kendini döven ana-babasının saldırganlığını çocuk taklit edecek ve kızdığı zaman o da bir başkasını dövecektir. Böylece, fiziksel ceza çocuğa vicdanlı olmayı değil, saldırgan olmayı öğretir.

Uzun vadede fiziksel ceza kendi çıkarları için saldırganlık ve şiddeti kullanan bireyler ortaya çıkarır. Ancak ceza yerine ebeveynler çocukları ile konuşup çocuğun olumsuz davranışı hakkında düşünmesini sağlamaları, çocuğun yaptığından pişman olup ve aynı zamanda anne-babası tarafından özendirilen doğru davranışı içselleştirerek onu yapmasını sağlayacaktır.

Çoğu ana-baba çocuğa ne kadar fazla ödül ya da ceza verirlerse çocuğun istedikleri davranışı daha kolay ve çabuk yerine getireceğini düşünürler. Ancak, böyle bir yöntemde ebeveynler istedikleri davranışı yaptırmak için her defasında ödül ya da ceza vermek durumundadır. Bu o kadar da etkili bir yöntem değildir. Çünkü çocuk doğru olmadığını düşündüğü için değil, ceza almamak için belli bir davranışta bulunmamaktadır. Yani sadece itaat etmektedir (bkz. Bölüm 3), doğru yanlışı içselleştirmemiştir. Yukarıda da bahsedildiği gibi bu yöntem zayıf vicdan gelişimine sebep olmaktadır. Diğer bir yöntem olarak ise çocuğun yapmasını istediğimiz davranıştan zevk almasını, içselleştirmesini ve bir büyüğün olmadığı bir ortamda bile istenilen davranışı yapmasını sağlayabiliriz. *Bilişsel Çelişki Kuramı* (Cognitive Dissonance Theory) ikinci yöntemi anlamamız için bizlere yardımcı olmaktadır.

Bazı araştırmalar ise ceza ile anne ve babanın çocuğa karşı olan tavırları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Eğer bir çocuk sıcakkanlı ve ilgili davranan anne ve baba tarafından sert olmayan bir şekilde cezalandırılmışsa, anne ve babasının olmadığı durumda bile büyük olasılıkla onların isteklerine uyma davranışı gösterecektir. Soğuk ve ilgisiz davranan ebeveyn tarafından cezaya maruz kalan çocuk ise anne ve babasının olmadığı ortamlarda onların istedikleri şekilde davranmayacaktır. Birinci durumda çocuk anne ve babasının belirlediği kuralları kendi içinde içselleştirirken, ikinci durumdaki çocuk içselleştirmeyecek sadece anne ve babasının varlığında onlar

tarafından cezalandırılmamak için istenilen davranışı yapacak istenilmeyen davranıştan uzak duracaktır.

İçselleştirme, toplumun değerlerini kişinin kendi değerleri gibi benimsemesi, böylece toplum tarafından kabul gören davranışı, dış faktörlerle (cezalandırılmamak gibi) değil içsel faktörlerle (kendi istediği için) sebebiyle gerçekleştirmesidir.

Fiziksel cezanın yanında psikolojik cezadan da bahsedebiliriz. Hoffman ve Saltzstein (1967) fiziksel olmayan psikolojik disiplini ikiye ayırmışlardır. Bunlardan birisi sevgiyi esirgeme, diğeri de kanıt göstererek inandırma olarak tanımlanabilir. Sevgiyi esirgeme, dövme gibi bir cezadır; dövmeden farkı, fiziksel olmayıp psikolojik olmasıdır. Çocukla konuşmamak, ona aldırmaz bir şekilde davranmak ya da onu artık sevmediğini söylemek, sevgiyi esirgeme yollarıdır. Kanıt göstererek inandırmada ise çocuğun davranışının başkasına (ana-babasına, kardeşine, arkadaşına ya da bir başkasına) yaptığı *zarara* çocuğun dikkati çekilir. Böylece çocuğun kendini bir başkasının yerine koyması (empati geliştirmesi) sağlanır. Başka bir deyişle, çocuk, davranışının sebep olduğu zararı anlar. Başkasının acısına, üzüntüsüne kendisinin sebep olduğu fikri, empati ile birleşince, çocuğun yaptığı davranıştan ötürü suçlu hissetmesine ve pişmanlık duymasına yol açar. Böylece çocuk, iç kontrol (vicdan) geliştirmeye başlamış olur.

Empati, kendini bir başkasının yerine koyabilmek, olayları başkalarının bakış açısından görebilmek, başkalarının duygularını anlayabilmek şeklinde tanımlanmaktadır.

Demek ki, çocukta vicdan gelişimi için önemli olan şey, çocuğun yaptığı kötülük karşılığı ceza çekmesi değil, kötülük yaptığı kişinin yerine kendini koyup onun için üzülmesi, onun gibi hissetmesi ve yaptığından pişmanlık duymasıdır. Ancak bunu gerçekleştirebilirse, kötü davranışın bir daha tekrar edilmemesini sağlar ve çocukta vicdan gelişimine katkıda bulunur. Bu nedenlerle sevgiyi esirgeme ve özellikle kuvvet kullanarak cezalandırmak (fiziksel ceza) ahlak gelişimi için kanıt göstererek inandırma kadar etkili disiplin türleri değildir.

Bu ele alış bilişsel öğeleri de kapsamaktadır, çünkü bir başkasının durumunu anlamak bilişsel bir süreçtir. Bu bakımdan, ahlak gelişimine bilişsel yaklaşımlar burada ön plana çıkmaktadır.

Sosyalleşmenin Kültür Bütünleşmesi İçindeki Rolü

Şimdiye kadarki kısımda sosyalleşmenin ne olduğunu kısaca görüp bir tür sosyalleşme olarak ahlak gelişimini ayrıntılarıyla inceledik. Bu kısımda sosyalleşmeye dıştan bakarak, daha makro düzeyden inceleyeceğiz. Bunu yaparak sosyalleşme yoluyla kişiden topluma geçeceğiz ve sosyalleşmenin toplum bütünleşmesi içindeki rolünü ele alacağız. Bu bizi giderek kültür-benlik ilişkilerini incelemeye yöneltecektir (bkz. Bölüm 10).

Bu konulara girmeden önce, kültürü tanımlamamız gerekir. Ancak, kültür kavramının çeşitli anlamlarını içeren bir tanımlama çok güçtür. Nitekim Kroeber ve Kluckhohn (1952), kültürün 164 farklı tanımını bulmuşlardır. Bununla beraber, konumuz antropoloji olmayıp sosyal psikoloji olduğuna göre, bizim için yeterli genelliği olan açıklayıcı bir kültür tanımını verelim:

> Kültür, belirli bir toplumun, üyelerinin doğada bulabileceklerinden daha fazla doyum sağlayabilmeleri için, başardığı tüm maddi ve davranışsal düzenlemelerin örüntüsüdür; toplumun üyesi olarak insanın geliştirdiği tüm bilgi, inanç, sanat, ahlak, adet, yetenek ve alışkanlıklarla toplumsal kurumları kapsar. Esasen toplumun bir tanımı da ortak bir kültüre sahip bir insan topluluğudur (English ve English, 1958).

Kültürün nesilden nesile geçerek devam etmesinde sosyalleşmenin rolü büyüktür. Bir toplum, çocuk yetiştirme yollarıyla kültürünü yeni nesle öğretir. Böylece çocuk yetiştirme, kültürün çok önemli bir öğesi olarak ele alınabilir. Çocuk yetiştirme yollarını bu bakımdan inceleyen antropolojik araştırmaların iki farklı yöntemsel yaklaşım kullandığını görüyoruz.

Bunlardan birincisi antropolojinin geleneksel yöntemi diyebileceğimiz, tek bir toplumun derinlemesine çalışılmasıdır. Bu derinlemesine incelemede, çocuğun sosyalleşmesini sağlayan çocuk yetiştirme yolları ayrıntılarıyla çalışılır. Bu yaklaşımı, sosyal ve kültürel antropoloji araştırmalarının büyük çoğunluğunda görüyoruz.

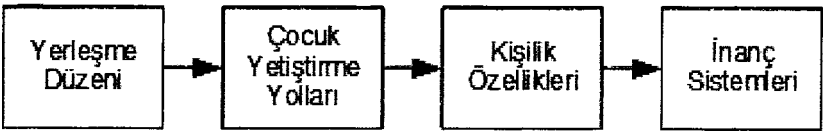
İkinci bir yöntem ise, çeşitli toplumlardaki çocuk yetiştirme tarzlarını karşılaştırmaktır. Burada bir kültürü derinlemesine incelemekten çok çeşitli kültürlerin belirli bir konuda karşılaştırılmasına ağırlık verilmektedir.

Bu tür bir klasik araştırma Whiting ve Child tarafından yürütülmüştür (Whiting ve Child, 1953; Whiting, 1959, 1961, 1964). Bu araştırmalarda çok sayıda kavim hakkında daha önce toplanmış ve bir araya getirilmiş olan etnografik bilgilerden yararlanılmıştır.

Sosyalleşme sürecinin ve çocuk yetiştirme yollarının karşılaştırmalı incelenmesine bir örnek olarak, bu çalışmalarda kişiliğin, kültürün bütünleşmesindeki önemli rolü üzerinde durulmaktadır. Bu yaklaşım psikanalitik kuramdan yola çıktığı için kişilik

vurgulanmaktadır (Whiting ve Child, 1953). Genel hipotez şudur: Bir toplumun yerleşme düzeni, yani ekonomik, politik ve sosyal organizasyonu, toplumun çocuk yetiştirme tarzını etkiler. Çocuk yetiştirme ise kişiliği etkiler. Kişilik özellikleri de din, batıl inançlar, vb. gibi çeşitli inanç sistemlerine yansır.

Şekil 7.1
Toplumun Yerleşme Düzeninden İnanç Sistemlerine



Bu genel hipotez çeşitli toplumlardan toplanan bilgiler ışığında desteklenmiştir.

Sosyalleşmeyi başlı başına önemli bir konu olarak inceleyen antropolojik araştırmalarda iki farklı yöntem kullanıldığına daha önce değinmiştik. Bunlardan birincisi antropolojinin geleneksel yöntemi olan bir toplumu derinlemesine inceleyen alan araştırması (bkz. Bölüm 2); ikincisi ise karşılaştırmalı kültürlerarası araştırma yöntemidir (bkz. Bölüm 10). İkinci yöntemde genel sezgisel gözlemlerden çok, bireysel düzeyde ve sayısal analize yatkın veriler kullanılmasıdır. Ayrıca, bu tür karşılaştırmalı araştırmalarda korelasyon gibi istatistik analizler geleneksel olarak antropolojik araştırmalarda kullanıldığından daha fazla miktarda kullanılmaktadır. Bu bakımlardan, karşılaştırma yaklaşımı kullanan antropolojik araştırmaların sosyal psikolojik araştırmalara çok yaklaştığını görüyoruz. Hatta bu yaklaşma noktası *kültürlerarası sosyal psikoloji* olarak tanımlanabilecek yeni bir çalışma alanının başlangıcıdır. Gerçekten de son yıllarda benlik, öğrenme, düşünme, iletişim, sosyalleşme ve ahlak gelişimi gibi çeşitli psikolojik konularda kültürlerarası karşılaştırmalı araştırmaların sayılarının çok arttığını görüyoruz (bkz. Bölüm 10).

Saldırganlık

Sosyalleşme kavramı içinde ele alabileceğimiz bir başka olgu ise saldırganlıktır. Saldırganlık, sosyal psikolojide çok sayıda araştırmaya konu olmuş, özellikle saldırganlığın nedenleri, nasıl engellenebileceği ve medya-saldırganlık ilişkileri üzerinde durulmuştur. Saldırganlık konusunun sosyal psikolojinin çok araştırılan konularından birisi olması boşuna değildir. Saldırganlık, sonuçları mutlaka zararlı olan ve günlük yaşantımızda hepimizin bir şekilde maruz kaldığı bir olgudur. Televizyonu veya gazeteleri açtığımızda gördüğümüz "Cinnet geçirip karısını ve kızını bıçakladı", "Anne, kızını dayaktan hastanelik etti", "Otobüste tartışan iki gençten biri diğerini bıçakladı", "Polis, izinsiz gösteri yapan gruplara sert müdahalede bulundu" gibi başlıklar bize yabancı değildir.

Saldırganlık, birine ya da bir şeye zarar veya acı vermek amacıyla yapılan davranıştır. Bir davranışın saldırgan bir davranış olup olmadığını anlamak için davranışı gerçekleştirenin niyetine bakmak gerekir. Aynı davranış zarar vermek amacıyla yapıldığında saldırgan bir davranış olurken böyle bir amaç taşımadığında ise saldırgan bir davranış olmaz. Örneğin, kangren olduğu için hastasının ayağını kesmek zorunda kalan bir doktor saldırgan olarak nitelendirilemez, ancak işkenceci bir kişinin bunu yapması saldırgan bir davranıştır. Sonuç aynı olsa da, davranışın nedeni ve davrananın niyeti farklıdır. Aynı şekilde, sonuçları ne kadar kötü olsa da kazayla birinin canını acıtmak da- gerçekten kaza ise- saldırganlık olarak tanımlanamaz.

Saldırgan davranışlar kendi içinde ikiye ayrılır: *Bir araç olarak saldırganlık* ve *amaç olarak düşmanca saldırganlık*. Örneğin, eve giren bir hırsızı etkisiz hale getirmek için kafasına şamdanla vurmak, ona zarar vermeyi amaçlasa da, aslında başka bir amaç için araç olarak yapılmıştır. Genel olarak kendini korumak amacıyla başkasına zarar vermek, araç olarak saldırganlık kapsamına girer. Düşmanca saldırganlıkta ise, zarar vermek başlı başına amaçtır. Özellikle insanların duygusal olarak fazlaca uyarıldıkları zamanlarda karşılaştığımız bu tür saldırganlığa örnek olarak, kocanın eşini kıskançlık yüzünden dövmesini, farklı futbol takımlarının taraftarlarının birbirine saldırmasını gösterebiliriz.

Saldırgan davranışlar ikiye ayrılır: Bir *araç* olarak saldırganlık bir hedefe ulaşmayı sağlamak üzere gerçekleştirilen dolaylı saldırganlık eylemlerinden oluşur; düşmanca saldırganlıkta ise zarar vermek ana *amaç*tır.

Saldırganlığın Nedenleri Nelerdir?

Peki, insanlar neden saldırgan davranışlarda bulunurlar? Bu sorunun cevabını vermeye çalışan sosyal psikolojik görüşleri kısaca inceleyelim:

1. Görüş: Saldırganlık doğuştandır

İnsan saldırganlığının nedenlerini açıklayan en eski görüşte, saldırganlığın insanların biyolojik yapısında var olan bir özellik olduğu ileri sürülmüştür. Bu görüşün en ünlü savunucuları arasında Freud (1948) ve Lorenz (1974) gelir.

İnsanların doğuştan saldırgan olduğunu savunanlar (sosyobiyolojik bakış açısı da dâhil olmak üzere), bu davranışı insan evrimi çerçevesinde incelemişler; saldırganlığı insanoğlunun varlığını sürdürmesi için gerekli olarak görmüşlerdir. Bu görüşler arasında Freud'un savını biraz daha yakından inceleyelim.

Freud, saldırganlığın yararlı olduğunu ve belki de gerekli bir işlevi yerine getirdiğini öne sürmüştür. Freud'a göre eğer insanlar saldırgan davranışlarda bulunamazlarsa, saldırgan enerji birikir, kendine bir çıkış arar ve bir şekilde davranışa yansımazsa, sonuçta ruhsal rahatsızlık şeklinde kendini gösterir. Saldırganlığın davranışa yansıması durumunda ise kişi deşarj olup saldırgan enerji düzeyini azaltacak, yani

daha sonra saldırgan olma olasılığı düşecektir. Bu görüşe psikoanalitik kuramda *katarsis* denilmiştir. Fakat bu çıkarımı destekleyecek doğrudan bir delil yoktur.

Saldırgan davranışların yararlı olduğu gerçekten doğru mudur? Belki saldırgan bir davranışta bulunduktan sonra rahatladığımızı, içimizdeki güçlü enerjinin dışarı atıldığını hissederiz. Bu bize saldırganlığın yararlı birşey olduğunu düşündürebilir. Fakat bu bağlamda asıl sorulması gereken soru, saldırgan davranışın ertesinde ne hissettiğimiz değil, saldırganlığın, tekrar saldırganlığa duyulacak ihtiyacı ya da daha sonraki saldırgan davranış olasılığını gerçekten azaltıp azaltmadığıdır. Çok sayıda araştırma, bu soruya olumlu cevap bulamamıştır (Geen ve Quanty, 1977). Tam tersine, insanların saldırgan davranışlarda bulundukça daha sonra tekrar saldırgan davranma olasılıklarının arttığı görülmüştür (Geen, Stonner ve Shope, 1975). Demek ki eldeki bulgular, Freud'un katarsis kavramını desteklememektedir.

Acaba, neden saldırganlığın dışa vurumu (davranışa yansıması) saldırganlığın azalmasına engel olmaz? Bir kere saldırgan bir davranışta bulunmak, tekrar böyle davranmayı kolaylaştırır. Çünkü saldırgan davrandığımız insana karşı tutumumuz ve bakışımız değişir. O kişiye karşı olumsuz duygularda artış görülür, dolayısıyla bir dahaki sefer tekrar saldırganca davranmak kolaylaşır.

Burada, beşinci bölümde incelediğimiz bilişsel çelişki kavramı da işin içine girer. Birine zarar verdiğimiz zaman, bilişsel bir tutarsızlık yaşarız. Çünkü bir kimseye zarar vermek, "ben mantıklı ve iyi bir insanım" fikriyle ters düşer. Bu tutarsızlıktan kurtulmanın bir yolu, zarar verdiğimiz kişinin bunu hak ettiğine kendimizi inandırmaktır. "O kişi gerçekten de cezalandırılmayı hakeden, kötü biridir" şeklinde düşünmeye başlayabiliriz. Özellikle, o kişi masumsa, bu süreci yaşamak daha da olasıdır (Glass, 1964; Davis ve Jones, 1960).

Saldırganlığın dışavurumunun nasıl sonuçlara yol açacağını inceleyen bir araştırma Kahn (1966) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kahn'ın deneyinde, bir sağlık teknisyeni, üniversite öğrencilerinden bir yandan birtakım fizyolojik ölçümler alırken, diğer yandan onlara küçük düşürücü sözler söylemiştir. Bir deneysel durumda, öğrencilere, teknisyeni müdürüne şikâyet ederek deşarj olma (katarsis) olanağı tanınmış, diğer durumda ise öğrenciler kendilerini kızdıran teknisyene karşı hiçbir şey yapamamışlardır. Psikoanalitik kurama göre, ilk gruptaki öğrenciler, saldırganlıklarını teknisyeni müdürüne şikâyet ederek rahatlayacakları için, teknisyene karşı düşmanlıkları devam etmeyecek ve saldırganlıkları azalacaktır. İkinci durumdaki öğrenciler ise, saldırganlıklarını dışa vuramadıkları için, kızgınlık, gerginlik hissedecek (saldırgan enerji azalmayacak) ve teknisyene karşı düşmanca duygular besleyeceklerdir. Kahn da, psikanalitik kuramın bir izleyicisi olarak, bu beklentiye sahipti. Ancak, sonuçlar beklentisinin tam tersi çıktı. Teknisyeni şikâyet eden grup, diğer gruba oranla ona karşı daha fazla nefret ve düşmanlık beslemeye başladı. Başka bir deyişle, saldırganlığın dışa vurulması, saldırganlık eğilimini azaltmamış, tam tersine artırmıştı.

2. Görüş: Saldırganlık öğrenilir

Bütün bu bulgular, Freud'un savunduğu gibi, saldırganlığın dışa vurulmasının yararlı ve gerekli olduğunu desteklememektedir. Aynı şekilde saldırganlığın doğuştan

gelme olduğunu savunan başka görüşleri destekleyici kesin ve açık bilimsel delil de yoktur. Varolan destekleyici bulguların çoğu insanlarla değil, hayvanlarla yapılan deneylerden elde edilmiştir. Sosyal öğrenme kuramına göre saldırganlık öğrenme sonucu ortaya çıkar. Örneğin, Berkowitz (1989), insanlarda görülen saldırganlık davranışının hayvanlarınkinden farklı olduğunu öne sürmüştür; çünkü insanların saldırgan davranışlarında öğrenmenin rolü büyüktür. İnsanlardaki doğuştan gelen davranış eğilimlerinin öğrenme aracılığıyla değişime açık olduğu görüşünü destekleyen birçok bulgu vardır. Örneğin, bazı ilkel kabilelerde (Yeni Gine'deki Arapeşler, Orta Afrika'daki Pigmeler vb.) saldırganlığa 'modern' dünyadakinden çok daha az rastlanmaktadır. Bir başka önemli bulgu da, sosyal koşullarda görülen değişimin saldırganlığa yol açabilmesidir. Örneğin, yüzyıllarca barış içinde yaşamış bir Amerikan yerli kabilesi, 17. yy.da ülkelerine yeni gelen Batılılarla başlayan ticaret nedeniyle, komşuları olan bir kabileyle rekabete girmiş ve onlarla savaşmaya başlamışlardır. Bu durum, bu grubun kontrol edemediği saldırganlık içgüdülerinin varlığından değil, artan rekabetin neden olduğu sosyal değişmeden kaynaklanmıştır (Hunt, 1940).

Saldırganlığın öğrenilir olduğuna dair bir başka delil de, saldırganlığı sadece izlemenin bile saldırganlığı artırdığının bulunmuş olmasıdır. Örneğin, Bandura ve arkadaşlarının (1961) yaptığı bir araştırmada, çocuklara, bir bebek balona vuran ve bağıran bir yetişkinin filmi izletilmiş ve daha sonra bu bebekle oynama şansı verilmiştir. Çocukların, bebekle oynarken saldırgan yetişkin modeli taklit ettikleri ve hatta ilave saldırgan davranışlarda da bulundukları görülmüştür. Demek ki, saldırgan davranışta bulunan birisini izlemek, saldırganlığa yol açabilmektedir. Bu filmi izlemeyen kontrol grubu çocukları ise aynı bebekle saldırgan olmayan bir şekilde oynamışlardır.

Bandura ve arkadaşları, bu deneylerinde saldırgan davranışların gerçek bir kişiye değil, sadece bir oyuncağa yöneldiğini öne sürenler tarafından eleştirilmişlerdir. Ancak, daha sonra yapılan araştırmalar göstermiştir ki, izlenen bu saldırgan davranışlar, çocuklar tarafından sadece oyuncak bebeklere değil, gerçek arkadaşlarına da yöneltilmiştir. Liebert ve Baron (1972), bir grup çocuğa saldırgan davranışlar içeren bir hırsız-polis filmi, diğer bir grup çocuğa da eşit süreli heyecanlı bir spor filmi izletmişlerdir. Daha sonra bu çocuklar bir başka odada serbest bırakılmıştır. Saldırgan davranışlar içeren filmi izleyen çocuklar, spor filmi izleyen çocuklara oranla arkadaşlarına yönelik daha fazla saldırgan davranışlarda bulunmuşlardır.

Parke ve arkadaşları (1977), bu bulguları doğal ortama taşımışlardır. Doğal ortamda şiddet içeren filmler izleyen çocuklar, hem film sırasında hem de filmden sonra, hem sözel hem fiziksel saldırganlık içeren davranışlarda bulunmuşlardır. Daha sonra yapılan araştırmalarda, saldırganlığın sadece tek bir film izlemekle de oluşabileceği bulunmuştur. Boylamsal bir araştırmada, Eron ve Huesmann (1980) 8 yaşındaki çocuklarda, televizyonda saldırgan programlar izleme ve saldırgan davranışlarda bulunma arasında yüksek bir korelasyon bulmuşlardır. Aynı çocuklara 11 yıl sonra tekrar incelediklerinde, 8 yaşındayken çok sayıda şiddet filmi izleyen 19 yaşındaki gençlerin, izlemeyenlere oranla daha fazla saldırgan oldukları görülmüştür. Başka önemli bir bulgu da, 8 yaşındaki saldırgan çocukların 11 yıl sonra diğerlerine oranla daha

fazla saldırgan filmler izlemediğidir. Demek ki, saldırgan olma, şiddet içeren televizyon programları izlemeye yol açmamakta, tam tersine zamanında böyle programlar izlemiş olmak saldırganlık davranışını körüklemektedir. Kısacası, 8 yaşında şiddet içeren filmler izlemiş olmak, ileri yaşlardaki saldırganlığı öngörmekte, ancak 8 yaşında saldırgan olmak daha sonra şiddet filmleri izlemenin habercisi olmamaktadır. Yapılan başka araştırmalar da, bu bulguları desteklemiştir (örn. Huesmann, Lagerspetz ve Eron, 1984, Wiegman, Kuttschreuter ve Baarda, 1986).

Son yıllarda hızla ilerleyen teknoloji ile birlikte ne yazık ki çocukların saldırgan davranışları örnek alabileceği araçlar da çeşitlenmiştir. Saldırgan söylemler içeren şarkı sözleri ve şiddet içeren müzik klipleri de mercek altına alınmıştır. Johnson ve arkadaşları (1995) tarafından yapılan bir araştırma şiddet içerikli rap şarkıları dinleyen bireylerin tartışma ortamında daha fazla saldırgan davranış gösterdiğini ortaya koymuştur. Benzer bir şekilde şiddet içeren rock muzik videoları izleyen gençlerin şiddet ve saldırganlığa karşı daha hoşgörülü oldukları saptanmıştır (Hansen ve Hansen, 1990). Şiddet içeren şarkı sözlerinin kadına karşı şiddeti de arttığı saptanmıştır. Fisher ve Greitemeyer'in 2006 yılında yaptığı bir araştırma kadın karşıtı sözler içeren şarkıları dinleyen erkek katılımcıların kadınlara karşı daha saldırgan tutum ve davranışlar sergilediğini ortaya koymuştur.

Şiddet içeren video oyunları da benzer hatta daha çarpıcı sonuçlara sahiptir. Video oyunları interaktif olmaları sebebi ile oynayanlara bizzat saldırgan davranışta bulunma ve bu davranışları pekiştirme imkânı sunar, bunun sonucunda ise saldırgan davranışlara alışmaya ve hissizleşmeye sebep olur. Yapılan sayısız araştırma gösteriyor ki şiddet içeren video oyunları oynayan çocuklar ve gençler sadece oyun esnasında değil günlük hayatlarında da saldırgan davranışlar gösteriyorlar (Anderson, 2004; Anderson ve Bushman, 2001). Günümüzde çocukların çok erken yaşlardan itibaren bilgisayar oyunları oynamaya başladıklarını düşünürsek bu bulgular çok endişe vericidir.

3. Görüş: Saldırganlık engellenme sonucu ortaya çıkar

Saldırganlığı tetikleyen nedenlerden biri de hayal kırıklığı veya bir başka deyişle engellenmedir. Şu senaryoyu gözümüzün önüne getirelim: "Ertesi gün önemli bir dersin final sınavı var ve siz son bir kez konuların üzerinden geçmek için çalışmaya başladınız; fakat üst kat koşularınız çok yüksek sesle müzik dinliyorlar ve dikkatinizi topalayamıyorsunuz. Yavaş yavaş konuları yetiştiremeyeceğiniz düşüncesi sizi sarmaya başladı. Üstelik dersin bütünleme sınavının da açılmayacağını biliyorsunuz. İçiniz hafiften sıkılmaya başladı. Komşularınızla konuşmanın da bir faydası olmadığını biliyorsunuz. Yapacak hiçbir şey yok ve siz göz göre göre hem uykusuz kaldınız hem de yeterince çalışamadınız. Ertesi gün ise sınavınız çok kötü geçti." Bu senaryoyu okurken bile gerildiğinizi hissettiniz mi?

İşte gerçek hayatta yaşanması hiç de zor olmayan bu olay, bizi sıkıntı içine sokan ve engellendiğimizi hissedeceğimiz bir olaydır. Amacımıza ulaşma yolunda bizi engelleyen bir durum söz konusudur ve bu da saldırgan davranışlarda bulunma olasılığımızı artırır. Bu demek değildir ki, engellenme duygusu her zaman saldırganlığa yol

açar ya da engellenme saldırganlığın tek nedenidir. Fakat birçok kuramcı tarafından engellenme, önemli nedenlerden birisi olarak ortaya konmaktadır.

1941 yılında Barker, Dembo ve Lewin tarafından yapılan, artık klasik olmuş bir araştırmada, bir grup çocuğa birçok güzel oyuncağın bulunduğu bir oda göstermişler; fakat çocukların bu odaya girmesini engellemişlerdir. Uzun bir süre çocuklar, oyuncaklara, onlarla oynamayı umarak bir camın arkasından bakmışlardır. Bu uzun bekleyişten sonra, çocuklara bu oyuncaklarla oynama izni verilmiştir. Bu gruptaki çocuklar oyuncaklarla oldukça yıkıcı ve zarar verici şekilde oynamışlardır. Oyuncakları atma, kırma, onların üzerlerinde tepinme gibi davranışlar göstermişlerdir. Bu araştırmada bir başka grup çocuk da hiç bekletilmeden oyuncaklarla hemen oynamaya başlamışlar ve huzur içinde oynamışlardır.

Bazı eleştirmenlere göre Amerikalıların 11 Eylül olaylarına kızmaları, Irak'a saldırmaktaki isteklilikleri etkilemiştir. Amerikalılar öfkelerini çıkaracak bir yer arıyordu ve bir zamanlar müttefiki olan Saddam Hüseyin'de karar kıldılar. Thomas Friedman (2003) "Bu savaşın gerçek sebebi 11 Eylül olaylarından sonra Amerika'nın Arap-Müslüman dünyasından birilerini cezalandırmaya ihtiyaç duymasıdır... Saddam'ı basit bir sebepten dolayı hedef aldık: Hem yapabileceğimiz için, hem hak ettiği için, hem de o dünyanın tam merkezinde olduğu için." Başkan yardımcısı Cheney de Friedman'la aynı fikirdeydi. Çoğu insanın neden Irak Savaşı'nı onaylamadığı kendisine sorulduğunda "Onlar 11 Eylül'ü yaşamadılar" diye cevap vermişti. Oysaki Irak'ın ve Saddam Hüseyin'in 11 Eylül'le ilgisi yoktu.

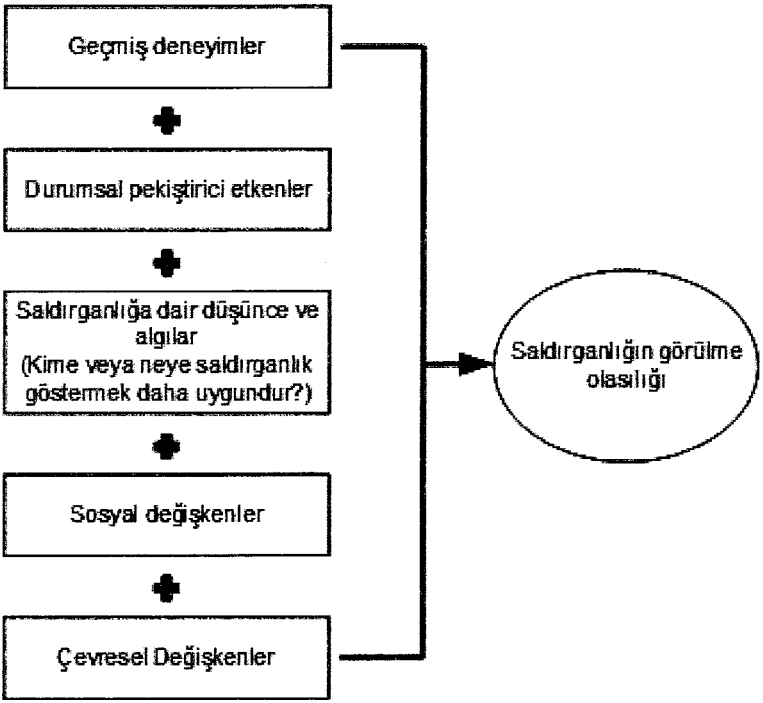
Amaca çok yaklaşmışken engellenme duygusunun oluşması daha da kolaydır. Engellenme nedeni beklenmedik bir nedense ya da kanun veya mantık dışıysa, engellenme duygusu artar (Kulik ve Brown, 1979).

Engellenmenin saldırganlığa yol açtığı görüşü de eleştirilmiştir. Eleştirilen birinci nokta, kişinin engellendiğini hissetiği bazı durumlarda saldırganlaştığı, ancak diğerlerinde sakin kalabildiğidir. Bunun ana nedeni olarak da, kişinin, onu engelleyen bireyin niyetini göz önüne alması gösterilir. Örneğin, sizi evden arabasıyla alıp sınava yetiştirecek arkadaşınız geç geldi ve sınavı kaçırmanıza neden oldu. Eğer geç kalması, tembelliğinden kaynaklandıysa, bu engellenme durumunda saldırgan davranışlara eğiliminizin artması olasıdır. Ancak, evden erken çıkmış olmasına rağmen yoğun trafikten dolayı gecikmişse, daha sakin kalabilirsiniz. Her iki durumda da kişi engellenme duygusunu yaşayacak, ancak gösterdiği tepkiler farklı olacaktır.

Bandura ve arkadaşlarına yöneltilen eleştirilerin dayandığı bir ikinci nokta da, kişilerin engellenme durumu varolmadan da saldırgan davranışlarda bulunmalarıdır. Örneğin, Bandura ve arkadaşlarının içi hava dolu bebekle yaptıkları deneyde çocukların herhangi bir şekilde engellenmeleri söz konusu değildir. Yine de çocuklar saldırganlık içeren filmi izledikten sonra, filmdeki modeli taklit etmişlerdir. Sonuç olarak, engellenme saldırganlık için ne yeterli ne de gerekli bir neden olmamakla beraber, bu eğilimi artırıcı önemli bir durumdur.

Bandura (1973), yukarıda sözünü ettiğimiz araştırmalarına dayanarak, "sosyal öğrenme modeli"ni oluşturmuştur. Bu görüşte iddia edilen, saldırganlığın, diğer karmaşık sosyal davranışlar gibi öğrenildiğidir. Doğrudan veya dolaylı yollarla 1) hangi gruplara veya kişilere daha kolay saldırganca davranılabileceği, 2) başkalarının ne tür davranışlarının saldırgan tepki gerektirdiği, 3) hangi durum veya bağlamların saldırganlık için uygun veya uygunsuz olacağı öğrenilir. Bir kişinin, belli bir durumda saldırganca davranışlarda bulunup bulunmayacağı birçok etkene bağlıdır. Kişinin geçmiş deneyimleri, durumsal pekiştirici etkenler (engellenme, silah vs. gibi saldırganlığı uyaran etkenler), kişinin saldırganlıkla ilgili düşünceleri ve algısı, sosyal ve çevresel birtakım değişkenler bu etkenlerdir (bkz. Şekil 7.3).

Şekil 7.2
Saldırganlıkta Sosyal Öğrenme Modeli



Kaynak: Baron ve Byrne, 1994

Durumsal pekiştirici etkenlerle ilgili Berkowitz ve LePage'nin (1967) yaptıkları bir deneyde (deney, öğrencilerin şok vermesini gerektiriyordu), deney odasında bir masanın üstünde bir durumda bir silah, bir durumda da bir badminton raketi bulundurdular. Masada silah varken birisine şok veren öğrenciler, badminton raketi varken şok veren öğrencilere oranla daha fazla şok vermişlerdir. Bu deney, –masadaki

silah gibi– saldırganlığı pekiştirici etkenlerin saldırgan davranışı artırabileceğini göstermiştir.

Saldırgan davranış ve tutumların arkasında yattığına inanılan birçok sebep vardır. Bazı görüşler saldırganlığın doğuştan gelen işlevsel bir özellik olduğunu öne sürerken bazı araştırmacılar saldırgan davranışların öğrenildiğini savunurlar. Engellenme, şiddet içerikli medyaya maruz kalma, ilk kez saldırgan bir davranışta bulunduktan sonra yaşanan bilişsel çelişkiler saldırgan eğilimleri arttıran nedenlerden bazılarıdır.

Saldırganlık Nasıl Azaltılabilir?

Saldırganlığın yol açtığı kötü durum ve tehlikeler insanlara mantıklı sebeplerle anlatılabilir. Çoğu insan saldırgan davranışın zararlı olduğunu kabul edecektir. Ama bunun saldırganlığı azaltacağı şüphelidir. Örneğin, savaşın ve kavganın kötü olduğunu herkes bilir ama gene de savaşlar devam etmektedir. İnsanlar saldırgan davranışlarını bu davranışlar genel olarak sakıncalı olduğu için azaltmazlar. Kaldı ki, saldırganlık çok küçük yaşlarda başladığı için o yaşlardaki çocuklar mantıklı açıklamaları pek anlamayacaktır. Bu nedenlerle sosyal psikologlar farklı ikna edici yöntemler geliştirmişlerdir.

Sosyal öğrenme modeli diğer görüşlere göre saldırganlığın ortadan kaldırılması konusunda daha iyimserdir. Nihayetinde, doğuştan olmayan başka sosyal davranışların da değiştirilebileceği gibi saldırganlık da öğrenilmiş bir davranış şeklidir ve onun yerine başka bir davranış şeklini koymak mümkündür. Özellikle saldırganlığı azaltıcı bazı yaklaşımların etkili olabildiği görülmüştür. Bunlardan birkaçını şimdi daha yakından inceleyelim.

1. Saldırgan davranışların cezalandırılması ve alternatif davranışları ödüllendirme

Saldırganlığı azaltmada etkili olan yaklaşımların ilki saldırgan davranışların cezalandırılması ya da ciddi düzeyde değilse göz ardı edilmesi; saldırgan olmayan, yapıcı, uyumlu davranışların ise ödüllendirilmesidir.

Cezanın altında yatan temel mantık, kişinin cezadan bir şeyler öğreneceği ve bu davranışı tekrarlamayacağıdır. Ağır cezaların geçici olarak etkili olduğu araştırmalarla gösterilmiştir. Ancak çok dikkatli kullanılmazsa uzun vadede tam tersi bir etki de yaratılabilir. Ana-baba ve çocuk ilişkilerine bakıldığında, fiziksel cezalar alan yani dayak yiyen çocukların ilerde daha saldırgan olduğu gözlemlenmiştir. Hapishanedeki mahkûmlar, ağır bir şekilde cezalandırılmalarına rağmen, benzer suçları tekrar işleyebilmektedirler.

Buradaki sorun şudur: Ceza, kişiyi yalnızca tekrar cezalandırılmamak için itaate yöneltir. Kişinin yaptığının neden yanlış olduğunu benimsemesini sağlamaz (bkz. Ah-

lak Gelişimi). Saldırganlığın ortadan kalkması için kişinin saldırganlığın yanlış olduğu fikrini bir temel değer yargısı olarak geliştirmesi gerekir. Carlsmith ve Aronson (1963) ve Freedman (1965) hafif cezanın ağır cezaya göre daha etkili olduğunu göstermişlerdir. Bunun sebebi, insanlar ağır bir ceza çektiklerinde kendilerini suçun bedelini ödemiş gibi hissederler; cezanın sebebini oluşturan doğru değerleri içselleştirmezler. Oysaki kişilere davranışını engellemeye ancak yetecek kadar hafif bir ceza verildiğinde, kişi bilişsel çelişki yaşamakta ve yanlış davranışı tekrarlamaması için güçlü bir sebep (ağır ceza) söz konusu olmadığından, bu kötü davranışı gerçekten yapmak istemediğini düşünmektedir. Dolayısıyla, davranışın yanlışlığını kabul etmekte, doğruyu benimsemektedir.

Davitz (1952) bir deneyle, engellenmenin mutlaka saldırganlıkla değil, tam tersi yapıcı davranışla sonuçlanabileceğini göstermiştir. Deneyde, çocukların 4 kişilik gruplar halinde oynamasına izin verilmiştir. Bazı gruplarda saldırgan ya da rekabetçi davranışlar, diğer gruplarda yapıcı davranışlar ödüllendirilmiştir. Daha sonra çocuklarda şu şekilde engellenme duygusu yaratılmıştır: Çocuklara çok eğlenceli bir film izleyecekleri söylenmiş, film izletilmeye başlandığında şeker dağıtılmış, fakat filmin en heyecanlı yerinde televizyon kapatılmış ve şekerler çocukların elinden geri alınmış ve tekrar kendi hallerine bırakılmışlardır. Beklenen, çocukların engellenme sonucu saldırgan davranışlarda bulunmalarıdır. Fakat deneyin başında yapıcı davranışları ödüllendirilen çocuklar diğer gruptaki çocuklara oranla daha yapıcı bir şekilde oynamış ve daha az saldırgan davranışta bulunmuştur. Demek ki, engellenme değil, hangi davranışın ödüllendirildiği önemlidir.

Özellikle küçük çocuklar büyüklerin ilgisini çekmek için de saldırgan davranışlarda bulunurlar. Onlar için, böyle davrandıkları için cezalandırıcı bile olsa ilgi görmek, hiç ilgi görmemekten daha iyi olabilir. Brown ve Elliot (1965) bir anaokulunda yaptıkları araştırmada, öğretmenlere çocukların saldırgan davranışlarını görmezden gelip, uyumlu davranışlarda (arkadaşça oynamak, oyuncakları paylaşmak vs.) bulunduklarında ise onlara çok ilgi göstermelerini sağlamıştır. Birkaç hafta içinde saldırgan davranışlarda önemli ölçüde azalma görülmüştür. .

Bu bilgilerin saldırgan davranış bağlamında uygulanması bize çok şey kazandıracaktır. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki toplumumuzda sorunlara şiddetle çözüm aramak, hem yaygın, hem de değer verilen bir davranıştır. Süper kahramanlar, savaşçılar hep kabul gören ve özenilen karakterlerdir. Bu açıdan bakıldığında çocuklar kendi hallerine bırakıldığında barışçıl, yapıcı çözümler üretmeyebilirler. Fakat saldırganlığa alternatif teşkil eden, problem çözücü davranış türleri ödüllendirilerek çocukları eğitmek, saldırganlığı azaltabilir.

2. Saldırgan olmayan modeller sunma ve saldırgan modelleri cezalandırma

İnsanlar belirsiz durumlarda ne yapacaklarına karar vermek için çevredekilerin davranışlarından ipuçları edinirler (bkz. Bölüm 3). Baron ve Kepner'ın (1970) yaptığı bir araştırmada denekler bir kişi tarafından hakarete uğradıktan sonra kendilerine hakaret eden kişiye başka biri tarafından elektrik şoku verildiğini izlemişlerdir. Şok ya

çok hafif ya da şiddetli olarak veriliyordu. Kontrol grubunda ise denekler şok verildiğini görmediler. Daha sonra bütün deneklere hakaret eden kişiye şok verme imkânı verildi. Şiddetli şok verildiğini gözlemleyen denekler kontrol grubuna kıyasla daha şiddetli şok uyguladılar. Çok hafif şok verildiğini gözlemleyen denekler ise kontrol grubundan daha hafif şok uyguladılar. Bu araştırmanın da ortaya koyduğu gibi nasıl davranılması gerektiğinin net olmadığı durumlarda ne yapacağımıza sosyal ortamdan etkilenerek karar veriyoruz. Dolayısıyla kişinin etrafında onunla benzer şartlarda olan ve sorunlarını şiddet içermeyen yollarla çözen insanların varlığı, kişinin de böyle davranmasını önemli derecede arttırır.

Çocuklara sosyalleşmeleri sırasında saldırgan olmayan modeller, örnekler sunmak ileride saldırganlığın oluşmasını engellemede önemli rol oynar. Eğer, ana-baba birbirine saldırgan davranışlarda bulunuyor, çocuk sürekli televizyonda şiddet içeren programlar izliyor veya etrafında sorunların saldırganlık yoluyla çözüldüğünü görüyorsa, saldırganlığı problem çözücü bir davranış olarak öğrenir, saldırgan davranışların yaşamın bir parçası olduğunu düşünür ve bunu kendi yaşamında da uygulamaya koyar. Çocuğun saldırgan olmamasını istiyorsak, önce onun yakın çevresini saldırganlıktan arındırmalıyız.

Peki, saldırgan modellerin cezalandırdığını çocuğun görmesi işe yarar mı? Başta mantıklı gibi görünse de, araştırmalar bu görüşe kanıt bulamamıştır. ABD kaynaklarına göre, idam cezası öldürme davranışını azaltmamaktadır. Medyada saldırgan karakterler her ne kadar sonunda cezalandırılsalar da, cazip olarak gösterilmektedir. Kontrollü deneyler sonucunda saldırgan karakterin cezalandırıldığı bir film izleyen çocukların, karakterin cezalandırılmadığı filmi izleyen çocuklara göre daha az saldırgan olduğu bulunmuştur. Ancak, saldırgan bir modeli hiç izlemeyen çocuklar en az saldırgandır. Dolayısıyla çocuğa saldırgan modelleri hiç izletmemek de bu modelleri cezalandırmak kadar etkili olabilir.

3.Empati becerisini geliştirme

Saldırganlığın azalmasında etkili bir başka etmen de empati ya da kendini başkasının yerine koyma becerisidir. Bilişsel çelişki kuramında da (bkz. Bölüm 5) görüldüğü gibi, insanlar, karşıdaki kişiyi ya da grubu aşağılamadan ona bilerek acı ve zarar vermekte zorlanırlar (Feshbach, 1971). Eğer, saldırganlığın bir gereği karşıdakini bu şekilde kötülemekse, insanlar arası empati kurmak, saldırganlığı engelleyebilir.

Aronson (2004), empati ve saldırganlıkla ilgili bir deneyde trafik ışıkları kırmızıya döndüğünde bir yaya geçtiğinde sürücülerden % 90'ının agresif bir şekilde kornaya bastıklarını rapor etmiştir. Yalnız geçen yaya koltuk değnekleri kullanan biriyse korna çalanların sayısı fark edilir şekilde azalmıştır. Bunun sebebi bu durumda karşıdan karşıya geçen kişiyle empati kurmamızdır. Yani, kendimizi onun yerine koymamız, onun gibi hissetmemizdir.

Benzer şekilde üçüncü bölümde savaşlarda saldırganlıklarını haklı çıkartabilmek ve devam ettirebilmek için savaşçıların kurbanlarına insanlık dışı isimler taktıklarını söylemiştik. Dolayısıyla, kurbanlara yönelik empati azalıyordu. O halde, empatinin gelişmesini sağlamak saldırgan davranışları engelleyecektir. Nitekim, Feshbach ve

Feschbach (1981) empatiyi öğretmek için bir yöntem geliştirmiş ve çocuklarda empati ve saldırganlık arasında negatif bir korelasyon olduğunu ortaya koymuştur. İlkokul çocuklarına kendilerini karşılarındaki kişinin yerine koyup onun bakış açısından bakmanın öğretildiği bu araştırmada, çocuklar, başkalarındaki duyguları adlandırmak, kendi duygularını keşfetmek gibi konularda beceri geliştirmiştir. Nitekim bu çalışmalar sonucunda çocukların saldırgan davranışları epeyce azalmıştır. Buradan da görüyoruz ki empati, saldırganlığı engellemekte oldukça etkilidir.

Saldırganlık Evrensel Midir?

Hemen hemen her kültürde saldırgan davranışlara rastlansa da, görülen saldırganlık oranı, saldırganlığın dışa vuruş biçimi, kime yöneldiği, nasıl hoş görüldüğü gibi noktalarda kültürler birbirlerinden farklılık gösterebilirler. Burada bunlara birkaç örnek vermekle yetineceğiz.

Saldırganlık genel olarak hoş görülen bir davranış biçimi değildir. Bu yüzden kişiler, örneğin engellenmeyle karşılaştıklarında, kendilerini kontrol etme doğrultusunda sosyalleşirler. Fakat toplumun kişilerden bunu ne ölçüde beklediği farklılık gösterebilir. Örneğin, Sri Lanka'da öz kontrol oldukça fazla önem taşır (Spencer, 1990). Bu yüzden Sri Lankalılar, büyük provokasyonlar karşısında dahi saldırgan davranışlarda bulunmaktan çekinirler.

Kaufman, Gregory ve Stephan (1990), Latin Amerika ve İngiliz kökenli Amerikalı öğrencilerin belli bir engellenme durumuna gösterecekleri tepkiyi incelemişlerdir: Bu durum okullarında etnik azınlık olma durumudur. Kaufman ve arkadaşları, Latin kültürünün "sempatik" olmayı önemsediği fikrinden hareketle, Latin kökenli öğrencilerin, okullarında azınlık olmaları halinde içlerine kapanacakları ve umutsuzluğa kapılacaklarını öngörmüşlerdir. İngiliz kültüründe ise saldırganlık içeren davranışlar daha kolay kabul gördüğü için, İngiliz kökenli öğrencilerin okullarında etnik azınlık olma durumunda saldırgan davranışlar göstereceklerini düşünmüşlerdir. Gerçekten de elde ettikleri bulgular bu öngörüleri doğrulamıştır.

Osterweil ve Nagano Hakamura (1992) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, Japon annelerin çocuklarının saldırgan davranışlarını hoş görmeye daha yatkın oldukları, ancak çocuklarına saldırganlığın sadece aile içinde göstermesi gerektiğini öğrettikleri ortaya çıkmıştır. İsrailli anneler ise, Japon annelerin tersine, saldırganlığın dışarıdan gelen kışkırtmalar sonucunda ortaya çıktığına inanır ve bu tür davranışların aile dışında başkalarına gösterilmesi gerektiğini düşünürler.

Kitabın bu kısmında sosyalleşmeyi ve sosyalleşmenin bir kısmını oluşturan ahlak gelişimini ve saldırganlığı inceledik. Ahlak gelişiminden söz ederken dikkat çekmek istediğimiz nokta, öne sürülen ahlak gelişimi modellerinin kültürden kültüre ve erkekten kadına farklılık gösterebileceği ve bu farklılığın birinin diğerine göre daha üstün, gelişmiş bir ahlak anlayışına sahip olduğunu göstermediğidir. Saldırganlık konusunda ise, bize göre üstünde durulması gereken bir nokta, saldırganlığın öğrenilmiş olduğu-

dur. Bu gerçek göz önünde tutulduğu takdirde, şiddet içeren televizyon programlarından, dayağın yaygın olduğu çocuk yetiştirme alışkanlıklarına, erkek çocuklara oyuncak tabanca almaktan, aile içi şiddete kadar birçok alanda var olan değerlerin ve uygulamaların değişmek zorunda olduğu ortaya çıkar. Bölüm içerisinde yer verdiğimiz saldırganlık çalışmalarında saldırganlığın kişiler üzerindeki sonuçlarına mümkün olduğunca değinmeye çalıştık. Saldırganlığın toplum düzeyinde ne şekillerde ortaya çıktığını ve toplumlar için ne gibi sonuçlar doğurduğunu merak edenlere Okuma Parçası- 6'yı öneriyoruz.

Veren el alan elden üstündür.
Anonim
İyilik yap, denize at, balık bilmezse Halik bilir.
Anonim

Olumlu Sosyal Davranış (Prosocial Behavior)

Birçoğumuz enerjimizin ve zamanımızın bir kısmını başkalarına yardım ederek geçiririz. Üzgün bir arkadaşımızı teselli etmek için uğraşırız. Fakir ülkelerdeki bir yardım kuruluşunu kurtarmak için dünyanın bir ucuna para göndeririz. Gönüllü olarak hastanelerde, bakım evlerinde, vakıflarda, sosyal hizmet kuruluşlarında çalışırız. Yolda kalmış bir motorcuya patlak tekerleğini değiştirmesi için veya soğuk havada bir arkadaşın, hatta bir yabancının arabasını bir kar yığıntısının içinden çıkarmak için bir otoyolda dururuz.

Zaman zaman insanların diğer insanlar için yaptıkları çok güzel şeyler olabilir. Askerler silah arkadaşlarını korumak için kendilerini el bombalarının önüne atmakla bilinirler. Rahibe Teresa (Mother Teresa) hayatını Kalküta'nın ölenlerine, fakirlerin en fakirlerine adadı ve binlercesine bakım ve huzur getirdi. Türk asker, siyasetçi, diplomat Behiç Erkin, II. Dünya Savaşı sırasında, Paris'te büyükelçilik yaptığı sırada binlerce Türk Yahudisini Nazi zulmünden kurtarmıştır.

Ünlü filozoflar insanların olumlu sosyal davranış sergilemelerinin altında yatan nedenleri araştırdılar. Bazıları, insanların doğası gereği egoist olduğunu ve bu yüzden başkalarına yardım etme davranışlarının nedeninin aslında kendisini iyi hissetme isteği olduğunu öne sürdü. Bazıları da, insanların kendi çıkarlarını, amaçlarını ve ihtiyaçlarını düşünmeksizin başkalarına yardım ettiğini çünkü insanların özgecil ya da fedakâr olduğunu savundu (Batson, Van Lange, Ahmad ve Lishner, 2003). 1960'ların sonlarına doğru, özellikle Yurttaş Hakları Hareketi (Civil Rights Movement) ve Kitty Genovese vakası ile sosyal psikologlar yardımlaşma davranışına eğilmişlerdir.

1964 yılında New York'da Kitty Genovese adlı genç kadın, evinde bir adamın saldırısına uğrar. Çeve apartmanlarda yaşayan en az 38 kişi çığlıkları duymasına ve olaya şahit olmasına rağmen hiç birisi kadına yardım etmemiş hatta polisi bile aramamışlardır. Bu durum sosyal psikolojide "seyirci etkisi (bystander effect)" olarak geçer (Karakashian, Walter, Christopher ve Lucas, 2006). Başkalarının varlığında, insanların yardım etme davranışı engellenir. Acil bir durumda, olaya tanıklık edenlerin sayısı ne kadar fazlaysa, acil ihtiyacı olan kişiye yardım etme ihtimali de o kadar düşüktür; çünkü yardıma ihtiyacı olan kişiye karşı duyulan sorumluluk seyirciler arasında dağılır (Latane ve Darley, 1970).

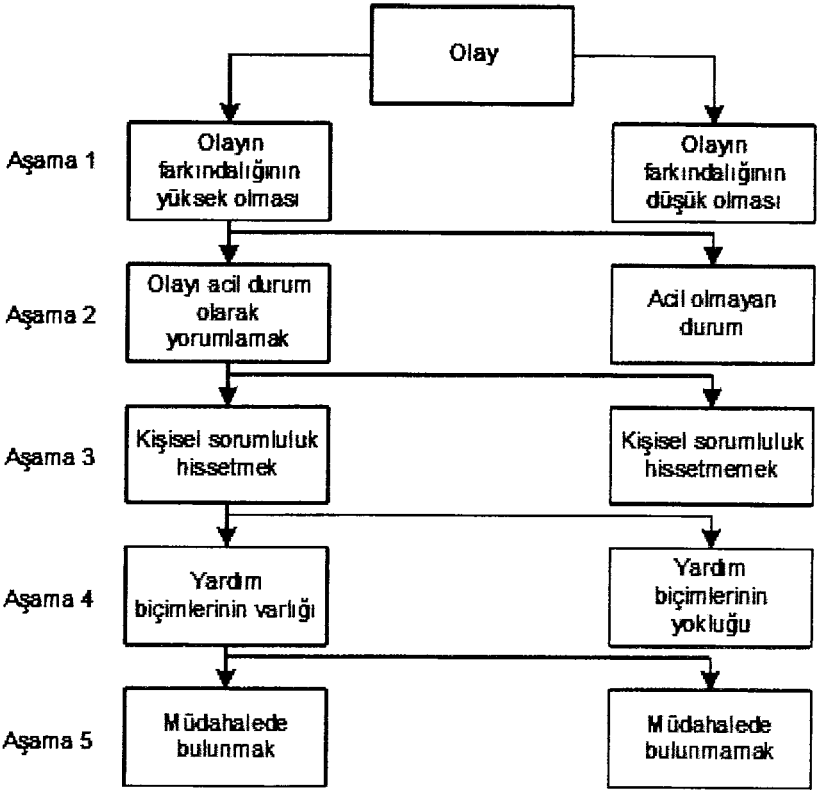
Acil Durumlarda İnsanlar Yardım Etmeye Nasıl Karar Veriyor?

Latane ve Darley çevresel faktörlerin üzerinde durarak, acil durumlarda insanların karar verme mekanizmalarının nasıl işlediğini anlamak için bir seri araştırma yapmış ve bu araştırmalarının sonucunda seyirci etkisinde kalma davranışını açıklamaya yönelik bir model oluşturmuşlardır. Latane ve Darley' in 1970'te önerdiği model beş basamaktan oluşmaktadır: (1) İnsanlar öncelikli olarak olayı fark eder, (2) daha sonra bunun acil bir durum olup olmadığına karar verir, (3) eğer acil bir durumsa bu durumdaki kişisel sorumlulukların ne ölçüde olduğunu tartar, (4) kendilerini sorumlu hissediyorlarsa nasıl yardım edebileceklerini düşünürler ve (5) son olarak olaya müdahale ederler. Eğer bu beş basamaktan herhangi birinde negatif bir değerlendirme yapılırsa, insanlar olaya müdahale etmezler (bkz. Şekil 7.4). Kısacası, insanların acil durumlarda yardım edip etmeme davranışını olay yerinde başkalarının olup olmaması büyük ölçüde etkiler. Olay yerinde başkalarının olması, sorumluluğun kişiler arasında dağılması (diffusion of responsibility), toplu yok sayma (plurastic ignorance), ve izleyicilerin ket vurması (audience inhibition) gibi sosyal psikolojik süreçlere yol açar.

Sorumluluğun kişiler arasında dağılmasını şu örnekle açıklayabiliriz. Acil bir durumda çevrenizde herhangi bir kimse yoksa bütün sorumluluğun size ait olduğunu düşünürsünüz ve acil durumdaki kişiye yardım edersiniz. Eğer çevrenizde birden fazla kişi varsa, yardım etme davranışı için hissettiğiniz sorumluluk bu kişiler arasında dağılır. Sonuç olarak, yardım etme davranışı azalır. Toplu yok sayma olgusu; acil durumların tahmin edilebilen olgular olmaması, çok ani ve hazırlıksız yakalanılan olaylar olması ve aynı zamanda potansiyel risk taşımasından dolayı ortaya çıkar. Böyle durumlarda, insanlar nasıl davranmaları gerektiğini bilmediği için çevresindeki diğer insanların ne yaptıklarını gözlemlerler ve kendilerine rol model ararlar. Onlar da aynı sorgulamayı yaşadıklarından hiçbir şey yapamazlar ve acil durumlarda hiçbir şey yapmamak normalleştirilmiş bir tepki halini alır. Son olarak izleyicilerin ket vurması sürecini açıklayalım. Çevrede başkalarının bulunması, insanlarda davranışları gözlemleneceği için kaygı yaratabilir. Yardım davranışında bulunmak isteyen kişi, çevrede

başka kişiler olduğu için acaba yanlış bir şey yapar mıyım korkusu ve endişesi yaşar ve yardım etme davranışından vazgeçer.

Şekil 7.3
Seyirci Etkisinde Beş Aşamalı Karar Verme Modeli



Olumlu Sosyal Davranış, Yardım Davranışı ve Özgecilik (Altruism)

Olumlu sosyal davranış sergilemek, yardım etme davranışı ve özgecilik kavramları sık sık birbirinin yerine kullanılsa da aslında bu üç kavram birbirinden farklıdır (Bierhoff, 2002). Olumlu sosyal davranış, yardım davranışını ve özgeciliği de içinde barındıran, gönüllük esasına dayalı, başka bir insanın fiziksel ve ruhsal sağlığına pozitif katkıda bulunmaya yönelik davranışlardan oluşan en genel kategoridir. Hayırseverlik, dayanışma, paylaşma, bir insanı zor bir durumdan kurtarma, acil bir durumda bir insana yardım etme davranışları olumlu sosyal davranışa örnek olarak

verilebilir. Biraz önce de belirttiğimiz gibi, yardım etme davranışı olumlu sosyal davranışlardan sadece bir tanesidir. Bir kimseye yarar sağlamak adına yapılan davranış yardım davranışıdır. Daha iyi anlayabilmek için bir örnek verelim. Zor durumda kalan bir arkadaşınız sizden 100 TL borç istedi. Siz de çıkarıp ona 100 TL verdiniz; bu durumda arkadaşınıza yardım etmiş oluyorsunuz. Diğer bir yandan, bu davranışı eli açık, cömert görünmek amacıyla sergilemiş olsaydınız o zaman bu davranışa yardım etme diyemezdik. Aynı şekilde, bu davranışı kendinizi iyi, erdemli hissettirdiği için yapıyorsanız, bu davranış özgecil değil tamamen bencildir (egoistic). Yardım etme davranışının da bir alt kategorisi özgeciliktir. Özgecilik, kendini hiçbir şekilde düşünmeden, sadece ve sadece başkalarına yarar sağlamak arzusuyla yapılan davranışlardır. Bu tarz davranışlar sergilenirken kişisel çıkar ve kazançlar düşünülmez; kişi sadece empati kurar ve yardım etmeye karar verir. Özgecilik davranışını yardım etmeden ayırmak çok zordur; çünkü özgecilikte önemli olan şey kişinin yardım etme davranışının altında yatan motivasyonudur.

İnsanlar Neden Yardım Eder?

İnsanların neden yardım ettiğine dair çeşitli teoriler vardır. Burada sosyal psikologların üzerinde en çok drduğu üç teoriden bahsedeceğiz.

1. Evrimsel Bakış ve Sosyal Öğrenme Teorisi

Evrimsel sosyal psikologlar yardım etmenin yaşamsal bir değeri olup olmadığına konusuna eğilmişlerdir. Onlara göre başkalarına yararlı olan karmaşık sosyal davranışlar türler için yaşamsal değere sahiptir. Örneğin, Burnstein, Crandall ve Kitayama (1994) insanların yakın akrabalarına uzak akrabalarına oranla daha çok yardım ettiğini bulmuştur. Ayrıca insanlar günlük yaşamlarında hasta olanlara sağlıklı olanlara oranla daha çok yardım ederlerken, ölüm-kalım durumlarında ise sağlıklı olanlara yardım etmeyi tercih etmişlerdir. Bu araştırma kendi genlerini taşıyabileceği bir akrabayı kurtarmanın önemini göstererek evrimsel bakış açısını desteklemektedir.

Diğer taraftan insanlar tamamen yabancı oldukları kişilere de yardım etmektedirler. Bu da evrimsel bakış açısıyla çelişmektedir. Bandura (1977) sosyal öğrenme teorisinde sosyal davranışının doğuştan değil, rol modelleri gözlemleyerek edinildiğini öne sürmüştür. Örneğin, Rosenkoetter (1999) 5 ve 9 yaşları arasındaki çocukların, olumlu sosyal davranış içeren komedi programlarını izleme saatleriyle çocukların olumlu sosyal davranışı arasında olumlu bir ilişki bulmuştur. Gözlemleyenin yardım davranışında bulunup bulunmaması modele ne olduğuna bağlıdır. Yardım davranışından sonra modele verilen teşvik kişinin yardım etme davranışını edinip edinmeyeceğinde büyük rol oynar.

2. Maliyet – Ödül Değerlendirmesi

Latane ve Darley'in insanların neden yardım etmedikleri çalışmalarının aksine Piliavin ve arkadaşları insanların neden yardım ettiklerini alan deneyleriyle araştırmışlardır (Piliavin, Rodin ve Piliavin, 1969). Çalışmalarından birinde ekip arkadaşlarından bazıları metro istasyonunda acil bir durumda yardım isteyen kişiyi canlandırırken, diğer ekip arkadaşları kaç insanın yardım ettiğini kaydetmiştir. Bu çalışmada yardım isteyen kişi Beyaz ya da Zenci bir erkek tarafından canlandırılmıştır. Deney koşullarından bazılarında yardım isteyen kişi sarhoş olarak gösterilirken, diğer koşullarda ayık olarak gösterilmiştir. Deneyin sonucunda istasyonda kaç kişinin olduğuna bağlı olmaksızın, yardım isteyen kişinin ayık ya da Beyaz ve sarhoş olduğu durumların hepsinde olayı seyredenlerden en az bir kişinin yardım ettiği bulunmuştur. Yardım isteyen kişinin zenci ve sarhoş olduğu durumda bile denemelerin yüzde 73'ünde olayı seyredenlerde en az bir kişi yardım etmiştir. Piliavin ve arkadaşları (1969) gerçek hayatta olayı seyredenlerle yardım etme olasılığı arasında bir ilişki olmadığı sonucuna varmışlardır.

Peki, insanların yardım etme davranışını etkileyen nedir? Piliavin ve arkadaşları, yaptıkları çalışmalar ve insanların kendini tehlikeye atıp yardım davranışında bulundukları birçok hikâyeden yola çıkarak uyarılma *uyarılma: maliyet-ödül değerlendirmesi* adını verdikleri modeli geliştirmişlerdir. Bu modele göre acil bir durumu izlemek insanda uyarılma durumu yaratır. Bu durum arttıkça kişide huzursuzluk yaratır. Bu huzursuzluk maliyet ve ödüllerin değerlendirilmesi sonucunda verilen bir tepkiyle azaltılabilir. Maliyet ve ödüllerin değerlendirilmesi olayı seyredenin yardım etmesinin sonuçları ve acil durumdaki kişinin yardım almamasının sonuçları üzerinden yapılır (Piliavin, Dovidio, Gaertner ve Clark, 1981). Olayı seyredenin yardım etmesinin maliyeti zaman ve efor kaybı ve kendini tehlikeye atmak olabilir. Ödülleri ise, yükselmiş bir özgüven, yardım isteyen kişinin teşekkürü ve övgüler olabilir. Yardım isteyen kişinin yardım almamasının maliyeti devam eden huzursuzluk, kendini suçlama ve yardım durumunda kazanılacak ödüllerin kaybı olabilir (Piliavin ve ark., 1981). Yardım etmemenin ödülü ise kişinin işlerinin aksamaması etmesi olabilir (Piliavin ve ark., 1969). Maliyet ve ödüllerin değerlendirilmesi sonucunda kişi doğrudan ya da dolaylı bir şekilde duruma müdahale edebilir, kaçabilir ya da durumu yeniden yorumlayabilir.

Piliavin ve arkadaşları, modele sonradan olayı seyreden kişinin özelliklerini (yetkinliği, kişisel normları, duygudurumu ve dikkati gibi) ve yardım isteyen kişinin özelliklerini (yardım isteyenle olayı seyreden arasındaki benzerlikler gibi) de acil duruma müdahaleye katkıda bulunan etmenler olarak eklemişlerdir. Aynı zamanda kişinin uyarılmayı neye bağladığı, yardım isteyene karşı empati hissedip hissetmediği ve durumun, maliyetleri hiç ya da hiç denecek kadar az uyandıracak kadar acil olmasını da vurgulamışlardır (Piliavin ve ark., 1981). Bazı acil durumlarda kişi maliyet ve ödülleri düşünmeden dürtüsel yardım etme davranışında da bulunabilir. Özellikle yardım isteyen kişiyle olaya seyirci kişi arasındaki "biz" hissinin arttığı durumlarda dürtüsel yardım etme davranışı daha çok görülür. Piliavin ve arkadaşlarına (1981) göre bu "biz"

hissi insanlarda içgüdüsel olarak vardır, gerçekten acil müdahale gerektiren durumlar "biz" hissinin yeniden uyandırıp kişiyi hiç düşünmeden müdahale etmeye yönlendirebilir. Aynı zamanda "biz" hissi kişi için yardım etmenin ödüllerini arttırırken, maliyetini de azaltır.

3. Sosyal Kimlik, Gruplar ve Yardım Etme Davranışı

Sosyal Kimlik Kuramı (Tajfel, 1978) insanların grup ya da sosyal kimlikleri belirgin olduğunda, davranışlarının grup değerleri ve normları tarafından şekillendiğini ileri sürer. Dolayısıyla kişinin sosyal kimliği grubun değer ve normlarına bağlı olarak kişiyi olumlu sosyal davranışa yönlendirebilir.

Bu kuramdan yola çıkılarak geliştirilen ortak *iç grup kimliği* modeli (Gaertner ve Dovidio, 2000, 2008), insanlar kendilerini diğerleriyle ortak bir grup üyesi olarak görürlerse, diğer insanlara karşı düşmanlığın azalacağı ve olumlu sosyal davranışın artacağını öne sürmüştür. Bir çalışmada Manchester United futbol takımı taraftarlarının Manchester United fanı ya da futbol fanı kimlikleri belirginleştirilmiştir (Dovidio, Kawakami, Johnson, Johnson ve Howard, 1997). Katılımcılar Manchester United fanı kimliğinin belirgin olduğu koşulda Liverpool FC taraftarına yardım etmezken, futbol fanı kimliklerinin belirgin olduğu koşulda Liverpool FC taraftarına yardım etmişlerdir. Ancak katılımcılar bu koşulda da futbol fanı olmayan kişilere diğer durumda da olduğu gibi yardım etmemişlerdir.

Diğer taraftan, yardımın, yardım isteyen kişi iç gruptan olduğu için mi yoksa iç grubun normlarından dolayı mı gerçekleştiğini ayırt etmek önemlidir. Eğer iç grubun normlarından biri yardıma ihtiyacı olanlara yardım etmekse dış gruptan biri dahi olsa kişi yardım etme davranışında bulunacaktır.

Yine bu kuramlardan yola çıkarak seyirciler arasındaki psikolojik ilişkinin de önemi vurgulanmıştır. Levine ve arkadaşları (Levine, Cassidy ve Jentzsch, 2010) bu çalışmayla seyirci kalma etkisinin sadece sayıdan değil, kişinin yanındakilerin kim olduğuna inandığı, yardım davranışının türüyle ve sayının birleşiminden etkilendiğini göstermiştir.

Son olarak sosyal kimlik ve yardım etme davranışı, duygular ve yardım arasındaki ilişki ışığında ele alınmıştır. Stürmer ve arkadaşları (Stürmer, Synder, Kropp ve Siem, 2006) kişinin yardım etmemesinin sadece iç grup üyelerine dış grup üyelerinden daha çok yardım edildiğinden ibaret olmadığını, iç ve dış gruba yardımın farklı psikolojik yollarla açıklanabileceğini öne sürmüştür.

Okuma Parçası - 6: Toplumlarda Saldırganlık

Sosyalleşmenin bir parçası olan saldırganlık yalnızca saldırılan nesne ya da kişiyi etkileyen veya sadece saldırgan kişiden kaynaklanan bireysel bir olgu değildir. Hemen hemen her ülkede azınlıklar, kadınlar, farklı cinsel tercihleri olanlar ya da düşük

gelirli kişiler gibi dezavantajlı gruplara karşı toplumun geneline yayılmış önyargılarla karşılaşmak mümkündür. Bu önyargılar farkında olarak ya da olmayarak taciz, aşağılama, hakaret gibi çeşitli saldırılar biçiminde ortaya çıkar ve toplum düzeyinde etkilere sebep olurlar.

Kadına yönelik şiddet tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de giderek artan toplumsal bir sorundur. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 2002 yılında kadına yönelik şiddeti öncelikli bir sağlık sorunu olarak tanımlamıştır. Daha da çarpıcı olan; kadına yönelik şiddetin genellikle yabancılardan değil tanıdıklardan (eş, baba, erkek arkadaş, akrabalar vb.) kaynaklanmasıdır. Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK)'nun verilerine göre Türkiye'de kadınların % 40'ı hayatının bir döneminde en az bir kez eşi ya da birlikte olduğu erkek tarafından fiziksel şiddete maruz bırakılmıştır. Aynı verilere göre kadınların % 15'i hayatları boyunca en az bir kere eşleri tarafından cinsel şiddete uğrarken neredeyse her 2 kadından biri hakaret, küfür, aşağılama, tehdit gibi duygusal şiddet içeren davranışlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu karamsar tablonun Türkiye'nin düşük sosyoekonomik düzeyinden kaynaklandığı düşünülebilir, ancak gelişmiş ülkelerde çok durum daha farklı değildir. Amerika Birleşik Devletleri'nde her yıl 100.000'den fazla kadın tecavüze uğradığını polise bildirmektedir (ABD Federal Araştırma Bürosu, 2001).

Kadına yönelik şiddetin bu kadar yaygın olması tesadüf değildir. Öncelikle şiddetin genelde aile içinde ortaya çıkması ve özellikle Türkiye gibi ataerkil toplumlarda kadınların şiddeti kabullenmesi şiddete yol açan etmenlerin saptanmasını ve engellenmesini güçleştirir. Ancak son zamanlarda kadına yönelik şiddetin artmasına sebep olduğu saptanan önemli bir etmen cinsel içerikli yayınlardır. Araştırmalar gösteriyor ki cinsel şiddet içeren filmleri izleyen erkekler benzer şiddet eylemlerine karşı daha kabullenici oluyorlar (Oddone-Paolucci ve ark., 2000). Aynı şekilde bu filmler toplumda yaygın olarak bulunan "kadınların tecavüz ve tacizden içten içe hoşlandığı" inancını da güçlendiriyor. Tüm bu araştırmaların ortaya koyduğu olumsuz sonuçlara rağmen cinsel içerikli filmlerin yüksek gişe yapması sebebiyle bu filmler üretilmeye devam ediyor; bu da kadına yönelik şiddetin normal kabul edilmesine ve yaygınlaşmasına çanak tutuyor.

Son yıllarda toplumsal anlamda yankı uyandıran bir diğer saldırganlık çeşidi ise *zorbalık*tır (bullying). Zorbalığın en çok araştırılan çeşidi olan akran zorbalığı okullarda fiziksel olarak çelimsiz ya da yaşça küçük çocukların bir ya da birkaç çocuk tarafından hırpalanması ve küçük düşürülmesidir. Akran zorbalığı bu eyleme maruz kalan çocuklarda kalıcı psikolojik ve sosyal etkiler yaratabilir. Son dönemlerde ise toplumsal olarak daha geniş etkileri olan iş yeri zorbalığı (mobbing), siber zorbalık gibi farklı zorbalık çeşitleri incelenmeye başlanmıştır. İş yerlerinde genellikle üstler tarafından astlara ya da kıdemliler tarafından yeni başlayanlara uygulanan zorbalık dedikodu, aşağılama, dışlama, kinaye gibi davranışlar şeklinde gözlemlenir ve hem maruz kalanlar hem de işyerindeki verimlilik açısından olumsuz sonuçlar ortaya çıkarır.

BÖLÜM 8

BENLİK

Benlik sadece psikolojide değil, sosyolojide ve diğer sosyal ve davranışsal bilimlerde de yaygın olarak çalışılan bir kavramdır. Benlik ve benlik ile ilgili kavramlar üzerine yazılan binlerce makale ve kitap vardır. Sosyal psikolojide benlik çalışmaları; *benlik saygısı, benliği yüceltme, benliği sunma, benlik kontrolü, benliği doğrulama, benliği olumlama, benliği değerlendirme* ve daha onlarca benlik ile ilgili kavramı kapsamaktadır.

Benlik hakkındaki tartışmaların kökeni Eflatun'a kadar uzanır, fakat doğulu yazarlar benlik problemiyle daha önceki zamanlarda da ilgilenmişlerdir. Avrupa'da Aydınlanma Dönemi'ne gelindiğinde Descartes, Locke, Hume, Berkeley ve Kant gibi dönemin filozofları bazı eserlerinde benlik konusunu ele almışlardır. Benliğin psikolojide ilk olarak etraflı bir şekilde incelenmesini William James (1890) 'in "Psikoloji'nin Prensipleri" adlı kitabının "Benliğin Bilinci" adlı bölümünde görmekteyiz. James sadece benlik araştırmalarının kavramsal temelini atmamış, aynı zamanda insan davranışını anlamak için benliğin çok önemli olduğunu da vurgulamıştır. Sonraları davranışçı yaklaşım ile kişinin içsel özellikleri veya benliğinin davranışları açıklamada rolü olmadığı iddia edilmiştir. 20.yy'ın başları ve ortalarında önemli kuramcılar insan davranışlarını anlamak için benliğin önemli olduğunu vurgulamışlardır. Cooley, sosyologların dikkatini benliğe çekerken; G. H. Mead ise psikolojide benliğe dikkat çekmiştir. Faris (1937) ve Blumer (1937) de benliğin çalışılmasını sosyoloji alanında desteklerken sembolik etkileşim kavramının gelişmesine öncülük etmişlerdir.

Benliğin tanımını yapmak zordur. Herkes benliğin az çok ne olduğunu bilir. Günlük dilde çok sık benlik ile alakalı kelimeler kullanırız, ama çok az insan tam olarak benliğin ne olduğunu ifade edebilir. Bu bölümde doğrudan benliği tanımlamak yerine araştırmalardan ve ilgili kavramlardan örnekler vereceğiz.

İlk olarak insanların neden benliğe sahip olduklarını düşünelim. Başka bir deyişle benlik insanlar için nasıl bir işlev görmektedir? Bir an için kendinizi hafızasını kaybetmiş bir amnezi hastasının yerine koyun. Bir sabah uykudan uyanıyorsunuz ve bir sokakta olduğunuzu fark ediyorsunuz. Hiçbir şekilde kim olduğunuzu ve oraya nasıl geldiğinizi hatırlamıyorsunuz. Sokakta her gördüğünüz kişiden size yardım etmesini ve kim olduğunuzu söylemesini istiyorsunuz. Çoğu kimse böyle bir durumun ancak

korku filmlerinde olduğunu düşünür. Oysaki kendinizi yerine koyduğunuz kişi John Jackson adında Amerikalı gerçek bir amnezi hastasıdır. Olayın devamında Jackson'ın ailesini bulmak için gazeteye fotoğrafları verilir ve Jackson'ın yakınları olduğunu iddia eden birkaç aile ortaya çıkar. Kim olduğunu bilmemek ve karşındaki insanların senin kim olduğun hakkında farklı yorumlar yapması gerçekten iki katı zor bir durumdur. Jackson özel durumu sebebiyle defalarca kim olduğu sorusunu kendine sorarken; sağlıklı bir bireyin bu soru, günlük yaşamda kendisine sorulmadığı sürece aklına bile gelmez (Michener, DeLamater ve Myers, 2004).

Jackson örneğinde de gördüğümüz gibi, kim olduğumuzu bilmediğimizde normal bir yaşam sürdürmek pek mümkün değil. Benliğimize, bizi biz yapan özelliklere dair hiçbir fikrimiz yokken diğer insanlarla iletişim kurmayı düşünemeyiz. Benlik diğer insanlarla ilişki kurmayı sağlar. Başka bir deyişle, kişiyi diğer insanlarla etkileşim içine sokarak hayatta kalmasını sağlar. Benliğimiz; içinde bulunduğumuz dünyayı, insanları ve kendimizi nasıl gördüğümüzü ve algıladığımızı belirlemede önemli rol oynar. Algımızla birlikte duygu, düşünce ve davranışlarımızı etkiler.

Benlik Kavramı

Jackson "Ben kimim?" sorusuna cevap vermekte zorlansa da diğer insanların bu soruya bir cevabı olacaktır. Herkesin bu soruya diğer insanlardan farklı bir cevabı vardır. Verilen bu cevap kişinin *benlik şemasını* ya da *benlik kavramını* oluşturur. "Sosyal Biliş" bölümünde de kısaca değindiğimiz gibi benlik şeması kişinin kendisi hakkındaki biliş, düşünce ve inançlarının bütünüdür. Benlik şeması sosyal kimlik ve kişisel özellik algılarımızdan ve deneyimlerimizi temel alan benlik ile ilgili genellemelerden oluşur. Benlik şemaları özellikle benlik için önemli olan durumlarda bilgi işleme sürecini etkilemektedir. Kişinin benlik şemaları tüm benlik kavramı için önemlidir. Benlik kavramı ise kişinin benliğinin kim ve ne olduğuna dair düşünceleri ve bireysel özelliklerini içeren kişinin kendi hakkındaki inançlarıdır.

Kişinin benlik kavramını incelemek için farklı araştırmacılar farklı metotları kullanmıştır. Örneğin, bir ölçümde kişilerden bir listede bulunan sıfatlardan (zeki, saldırgan, güvenilir gibi) kişinin kendisini anlatan sıfatları seçmeleri istenmektedir (Sarbin ve Rosenberg, 1955). Diğer bir ölçümde ise kişilerden "sporla ilgilenir", "başarı konusunda kaygılıdır" gibi tanımlayıcı ifadeler içeren kartları, kendisini ne kadar doğru yansıttığına göre gruplara ayırması istenir. Bu tip yöntemler kişiyi tek (standart) bir kategori ile tanımlar. Böylece kişiler arası karşılaştırma daha kolay olmaktadır. Fakat bu tekniklerin sakıncalı bir yönü de vardır. Örneğin, kişinin kendine has olan yanlarını göstermekte bu ölçümler yetersizdir. Bu yüzden, kişiden kendini kendi sözleri ile tanıtması istendiğinde kişinin benlik kavramına dair daha açıklayıcı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bu tekniklerden biri "Ben Kimim?" testidir. Kişinin benlik şemasının hangi kişilik özelliklerinden ya da sosyal kimliklerden oluştuğunu ölçmek için bu test geliştirilmiştir. "Ben Kimim?" testini Tablo 8.1'de görebilirsiniz. Okumaya devam etmeden önce bu testi bir de sizin yapmanızı istiyoruz.

Tablo 8.1
"Ben Kimim?" Testi.

Aşağıda 10 adet numaralandırılmış boşluk bulunmaktadır. Her bir boşluğa "Ben Kimim?" sorusuna karşılık 10 farklı cevap yazmanızı istiyoruz. Sanki bu cevapları birine söylüyor gibi değil de kendinize söylüyor gibi yazın. Aklınıza gelen sıra ile yazabilirsiniz. Mümkün olduğunca düşünmeden aklınıza ilk geldiği şekliyle yazın.

Ben _____	
1.	6.
2.	7.
3.	8.
4.	9.
5.	10.

Örnek cevaplar için Tablo 10.1'e göz atabilirsiniz.

Testi tamamladıktan sonra yazdığınız cevapları tekrar inceleyerek aşağıdaki iki soruya cevap verin:

1) Cevaplarınızdan kaç tanesi sizi siz yapan kişisel bir özelliğinizi ifade ediyor?

2) Cevaplarınızdan kaç tanesi de diğer insanlarla ilişkili olduğunuz, belli bir aileye mensup olmak ve belli bir üniversitenin öğrencisi olmak gibi ifadelerdir?

Eğer birinci soruya cevabınız ikinci soruya verdiğiniz cevabınızdan daha fazla ise, bu sizin benliğinizin ayrık (bağımsız) olduğunu; eğer tersiyse, benliğinizin ilişkisel olduğunu gösterir.

Benlik ilk olarak batılı sosyal bilimciler tarafından çalışılmaya başlandığı için, benliğin tanımı ve önemi bireyci toplumların benlik özelliklerinden etkilenerek ortaya konulmuştur. Ancak unutmamak gerekir ki benlik kavramı bazen kültürden kültüre farklılık gösterir. Bu konudan "Sosyal Psikoloji ve Kültür" (Bölüm 10) Bölümü'nde daha detaylı olarak bahsedeceğiz.

Benlik ile İlgili Bilgilerin Kaynağı

"Ben kimim?" sorusuna cevap vermenin tek bir yolu yoktur, benlikle ilgili bilgiler çeşitli kaynaklardan edinilebilir. Örneğin; bir kişi kendisini müzik dinlemeyi seven biri olarak tanımlarsa bunu kendi davranışlarından yola çıkarak yapar. Kendini insan sever olarak tanımlayan başka biri ise bu bilgiyi kendi davranışından edinebileceği gibi herkesin onu bu şekilde tanımlamasından da edinmiş olabilir. Benlikle ilgili sahip olduğumuz bilgilerin kaynağı kendimizle ilgili gözlemlerimiz, başkalarının gözlemleri ya da anılarımız olabilir.

Kendi gözlemlerimiz kadar çevremizdeki sosyal kaynaklar da bize, benliğimiz hakkında bilgi sağlar. Başkalarının bize verdiği tepkiler ya da bizi nasıl gördükleri; bizim kendimizi nasıl gördüğümüzü etkiler. Özellikle çocuklukta bu önemlidir. Şöyle

ki, bir çocuk için önemli olan anne-babası ya da öğretmeni, onun kötü bir çocuk olduğunu söylerse, o da bunu bir *ayna benlik* gibi yansıtıp, kendini kötü bir kişi olarak görecektir. Kendimizi bizden üstün ya da aşağıda gördüğümüz kişilerle kıyaslayarak da benliğimiz hakkında bilgi edinebilir, benlik kurgumuzu oluşturabiliriz.

Bu bölümü okumaya devam etmeden önce bir aynanın karşısına geçin ve kendinize bakın. Neler hissediyorsunuz? Aklınızdan neler geçiyor? Muhtemelen öncelikle dış görünüşünüzle, saçınız ya da kıyafetinizle ile ilgili detaylara odaklanacaksınız ancak; bir süre sonra dikkatinizin aynadaki görüntüden uzaklaşıp içsel düşüncelerinize, kişisel hedeflerinize ve başkalarının sizden beklentilerine kaydığını fark edeceksiniz.

Genellikle aynaya baktığımızda ortaya çıkan ve kişinin dikkatini kendisine odaklaması olarak tanımlayabileceğimiz psikolojik duruma *benlik farkındalığı* denmektedir.

Kişilerin dikkatlerini kendi iç dünyalarına odaklayabilme becerisi sanılanın aksine doğuştan gelen bir beceri değildir. Lewis ve Brooks (1978) burunlarına kırmızı bir boya sürdükleri farklı yaştaki çocukları bir aynanın karşısına yerleştirip tepkilerini gözlemlediklerinde 18 aylıktan küçük olan çocukların aynaya baktıklarında kendi burunlarındaki kırmızı lekeye karşı bir tepki geliştirmediklerini fark etmiştir. Oysaki 18 aylıktan büyük çocuklar, ayna karşısına geçer geçmez kendilerini tanımış ve burunlarındaki garip lekeyi fark ederek kendi burunlarına dokunmuşlardır. Bu gözlemlerden yola çıkarak araştırmacılar benlik farkındalığı becerisinin ancak 1,5 yaşından itibaren geliştiği sonucuna varmışlardır.

Bir çocuğun bir adada tek başına yaşadığını ve etrafında başka insanların olmadığını hayal edelim. Böyle bir durumdaki bir çocuk kendi isteklerinin, amaçlarının, tutumlarının ve hislerinin farkında olur muydu? Peki ya bu adada büyüdükten sonra bir gün başka insanların yaşadığı bir yere gelse? Diğer insanların ondan beklentilerinin, hangi ortamda nasıl davranması gerektiğinin farkına varabilir miydi? Bu şekilde toplumdan ayrı olarak tek başlarına büyüyen çocukların iç dünyalarının farkında olmaları, yani *öznel benlik farkındalığı* geliştirmeleri beklenebilir. Ancak böyle bir durumda toplumun standartlarının, başkalarının onlardan beklentilerinin farkına varmalarını, yani *kamusal benlik farkındalığı*na sahip olmaları beklenemez. Bu hayali örnekten de anlaşılabileceği gibi, bir kişinin kendi ile ilgili sahip olduğu bilgilerin bireysel ve toplumsal olmak üzere iki farklı kaynağı vardır. Yani; benliğin şekillenmesinde ve benlik farkındalığının oluşmasında bireyin olduğu kadar, toplumun da biçimlendirici olduğunu söylemek mümkündür.

Benlik farkındalığı yukarıda da belirttiğimiz gibi kişinin dikkatini geçici olarak kendine yöneltmesi durumudur. Bu dikkatin odağı zaman zaman kamusal benlik zaman zaman da öznel benlik olabilir. Araştırmalar bir kişinin kendisine küçük bir el aynasında baktığında öznel benliğine odaklandığını, boy aynasında baktığında ya da fotoğraf çektirdiğinde ise kamusal benliğine odaklandığını ortaya koymuştur. Ancak bazı insanlar diğerlerine oranla dikkatlerini daha sık kendilerine odaklama eğilimi

gösterirler. Bu alışkanlık haline gelmiş benlik farkındalığında bulunma eğilimine *benlik bilinci* adı verilir. Tıpkı benlik farkındalığında olduğu gibi benlik bilincinde de öznel ve toplumsal ayrımı yapılabilir. Ancak benlik bilincinin duruma bağlı değişen bir dikkat yönelmesi değil oldukça istikrarlı bir kişilik özelliği olduğuna dikkat çekmekte fayda vardır. Dolayısı ile bazı insanlarda kamusal benlik bilinci yüksekken diğerlerinde öznel benlik bilinci yüksektir. Öznel benlik bilinci yüksek olan kişiler kamusal benlik bilinci yüksek olanlara oranla kendi kişisel kurallarına bağlı kalarak davranmayı tercih ederler, yani bireycidirler. Bu kişiler için kendi tutumları, değerleri ve hedefleri, toplumunkilerden önceliklidir. Kamusal benlik bilinci yüksek olan kişiler içinse durum tam tersidir. Onlar başkalarının onlar hakkında ne düşündüğüne kendi düşüncelerinden daha çok önem verirler ve davranışlarında grup normlarına bağlı kalmaya özen gösterirler, yani toplulukçudurlar.

Etkin Benlik

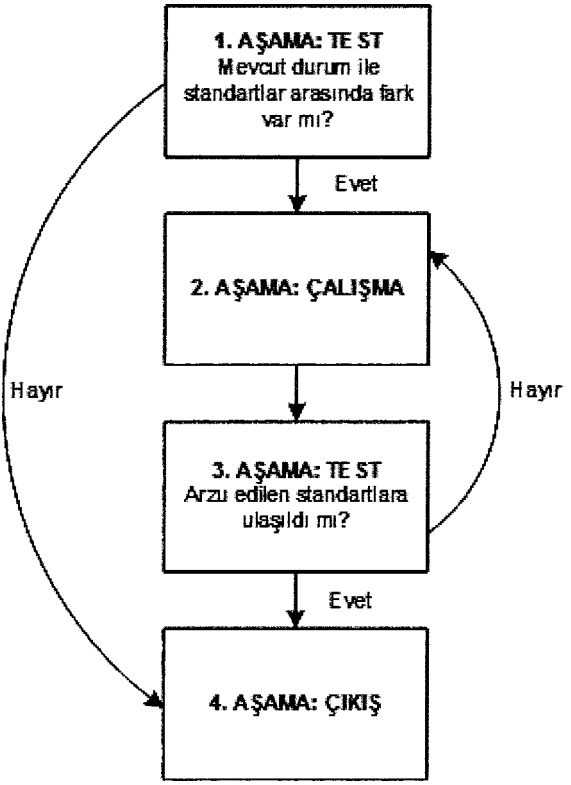
İnsanların benlik bilincine sahip olmaları ve dikkatlerini kendilerine odaklayabilme becerileri günlük yaşantıları için oldukça önemlidir. Çünkü insanların kendi eylemlerini kontrol edebilmesi ve yönlendirebilmesi, yani *özdenetim (öz düzenleme)* de bulunması için öncelikle kendilerinin farkında olmaları gerekir. Özdenetimde bulunmak, benliğin en önemli işlevlerinden birisidir diyebiliriz. Örneğin, televizyonda sevdiği bir film yayınlanırken ertesi günkü sınavına çalışması gerektiğini bilen bir öğrenci, ancak özdenetimde bulunursa bunu başarabilir. Diyet yapmak, görgü kurallarına göre davranmak, bir şeyi çok yapmak istediğimiz halde yapmamak gibi davranışların hepsi özdenetim gerektiren davranışlardır. Bir bebeği ele alalım. Bir bebek eğer karnı açsa nerede olursa olsun ağlar. "Şu anda sokaktayız, eve gidene kadar sabredeyim de rahat rahat yemek yiyeyim" diye düşünmez. Oysaki bir yetişkin bu şekilde düşünerek yemek yeme isteğini erteleyebilir. Özdenetimin nasıl ortaya çıktığı ve geliştiği yaşam boyu gelişim psikolojisinin konusudur. Ancak özdenetim becerisinin yetişkinlerin ilişkilerinde ve günlük hayatlarını sürdürmelerinde çok önemli bir rolü olduğunu söyleyebiliriz.

Özdenetim ya da *öz düzenleme*, insanların kendi davranış ve ifadelerini etkin bir şekilde kontrol etme ve yönlendirebilme özelliğidir. Özdenetim becerisi olmadan insanların toplum olarak uyum içinde yaşamaları çok zordur.

Carver ve Scheier (1981, 1998) özdenetimde benlik farkındalığının rolünü ortaya koyan bir model geliştirmişlerdir. Şekil 8.1'de görülen bu modele göre özdenetimin ilk adımı, kendimizin farkına varmamız ve mevcut durumumuzu toplumun ya da kendimizin koyduğu standartlar ile karşılaştırmamızdır. Bu ilk "test" basamağının ardından eğer standartlarla mevcut durumun arasında bir uyuşmazlık fark edilirse, bu farkı ortadan kaldırmak için çalışmalar başlar. Olaylara verdiğimiz ilk tepkilerin genellikle otomatik olduğunu düşünürsek bu ikinci "çalışma" adımı bilinçli bir karşılaştırma ve

düzenlemenin ürünüdür diyebiliriz. Bu süreç belli aralıklarla arzu edilen standarda ulaşana kadar devam eder.

Şekil 8.1
Özdenetim



Bu soyut modeli günlük hayattan bir örnek vererek anlamaya çalışalım. Bir üniversite öğrencisinin bir dönem boyunca yaşadıklarını ele alalım. Bir üniversite öğrencisinin arzu ettiği davranışın aldığı tüm derslerden geçmek olduğunu varsayabiliriz. Bu öğrenci dönem boyunca gerek girdiği sınavlardan aldığı notlarla, gerek durumunu arkadaşlarıyla karşılaştırarak, gerekse konuları ne kadar bildiğini kendi kendine düşünerek mevcut durumunu test eder. Sınıftaki diğer öğrencilerden ya da olması gerektiğini düşündüğünden daha az bildiğini fark ettiğinde, örneğin bir sınavdan çok düşük not aldığında, gezip eğlenmek istediği halde eksiklerini tamamlamak için daha çok ders çalışmaya başlar. Bu öğrencinin gezmek yerine ders çalışmasını sağlayan, özdenetim mekanizmasıdır. En sonunda eğer yeterince çalışırsa ve her şey yolunda giderse finallerden geçer not alır ve ders çalışmayı bırakır.

Ancak her öğrenci yukarıda örnek verilen öğrencinin ulaştığı mutlu sona ulaşamayabilir. Çalıştığı halde bir dersten kalan öğrenciler her zaman olmuştur. Peki, özdenetim mekanizmamız bizi arzu ettiğimiz sonuçlara ulaştırmadığında neler hissederiz?

Benlik ile İlgili Motivasyonlar

Gözlerinizi kapayıp bir düşünün; Kendinizi nasıl tanımlamak istersiniz? Ya gelecekteki sizi? Ya başkalarının sizi nasıl gördüğüne, nasıl tanımladığına önem verir misiniz? Hepimizin -hem anlık hem de genel olarak- kendini görmek istediği bir durum, ulaşmak istediği bir hal vardır. Örneğin, yukarıdaki örnekteki gibi bir öğrenci kendini akademik olarak başarılı bir öğrenci ya da yetenekli bir sporcu olarak tanımlamak isteyebilir. Ya da bir kadın kendisini iyi bir işkadını veya iyi bir anne olarak değerlendirmek isteyebilir. Aynı zamanda bu tanımlamalar ve değerlendirmeler kişinin içinde bulunduğu ortam veya sosyal etkileşimlere göre değişebilir. Kişinin kendisini görmek istediği durum ve değerlendirmeler *benlik ile ilgili motivasyonlar (güdülenmeler)*dir. Bu motivasyonlar, kişinin kendisi ile ilgili verileri toplamasını da etkilerler. Mesela iyi bir aşçı olduğunu düşünen birisi, hep onun yemeklerini beğenen bir arkadaş grubuna davet vermeyi tercih ederken, kendisinden daha iyi yemek pişiren arkadaşlarıyla görüşmek istemeyebilir. Sosyal psikolojide araştırmacıların çalıştığı benlik ile ilgili çok sayıda motivasyon vardır. Şimdi bunlardan bazılarını inceleyelim.

a) Benliği değerlendirme motivasyonu

İnsanların kendileri hakkında doğru ve objektif bilgiye ulaşma isteklerine *benliği değerlendirme motivasyonu* adı verilmiştir. Benliği değerlendirme isteği ne kadar yüksekse kendimiz hakkında objektif bilgiyi bize en çok sağlayacak test ya da görevleri o kadar çok uygularız. Örneğin, benliği değerlendirme güdüsü yüksek olan bir kişi benlik özellikleri hakkında bilgi edinmek istiyorsa, internette gördüğü eğlence sayfalarındaki testler yerine bilimsel olarak geçerliliği kanıtlanmış bir testi uygulamayı tercih eder.

Burada dikkati çeken bir nokta, birçok kişinin olumlu özelliklerini doğru bir şekilde anlama güdüsünün yüksek olmasıdır; ancak kendimiz hakkında objektif bilgiye ulaşmak, olumsuz özelliklerimizi doğru bir şekilde anlama güdümüzün de yüksek olmasını gerektirir. Bazı çalışmalar insanların olumlu ve olumsuz özelliklerini duyma isteklerinin aynı düzeyde olduğunu gösterirken, bazı çalışmalar olumlu özellikleri öğrenmeye olumsuz özellikleri öğrenmekten daha istekli olduğumuzu göstermiştir. Görülen o ki, olumsuz yönlerimizi öğrenme isteğimiz olumlu yönlerimizi öğrenme isteğimiz kadar güvenilir değildir. Benliği değerlendirme motivasyonu sezgisel olarak mantıklı gelse de, kendimiz hakkındaki bilgileri nasıl işlediğimizi açıklamada sınırlıdır.

b) Benliği yüceltme motivasyonu

Olumsuz özelliklerimizi öğrenmeme isteğimiz, benliği yüceltme motivasyonuyla açıklanabilir. Benliği yüceltme motivasyonu, kişinin kendini olumlu olarak görmesini sağlama ya da kendini olumsuz bilgiden koruma güdüsüdür. Bu motivasyon insanların birazdan değineceğimiz yüksek benlik saygısını koruma isteğine dayanır. İnsanların benlik saygısı ihtiyacı, olumlu bilgi üzerinde odaklanmasına ve olumsuz bilgiden uzak durmasına yol açar.

Benliği yüceltme motivasyonu benimsediğimiz inançlar yoluyla kendini gösterir. Birçok sağlıklı insan kendi hakkında olumlu yanılgılara sahiptir. Örneğin, insanlar genellikle kendilerinin diğer insanlardan daha iyi olduğunu düşünür. Diğer bir örnek ise, bizi tanımlayan sıfatların olumsuzlardan çok olumlu olanlar olduğunu düşünmemizdir. Epley ve Whitchurch (2008) tarafından yürütülen bir araştırmada kişilerin yüzlerinin fotoğrafları çekilmiş ve daha çekici ya da daha az çekici gözükmeleri için fotoğraflarla oynanmıştır. Katılımcıların kendilerini daha çekici olan fotoğraflarla tanımlamayı tercih ettikleri görülmüştür. Dolayısıyla, kişiler kendi yüzlerinin gerçekteki halinden daha çekici olduğunu düşünmektedir.

Benliği yüceltme yanılgısını gördüğümüz bir başka inanç da *görüş birliği yanılgısıdır*. Bu yanılgıda insanlar diğer insanların fikirlerinin kendi fikirlerine benzer olduğu inancına sahiptir. Bu etki, benliği yüceltme güdüsünün gizli bir biçimi olarak görülebilir; çünkü insanlar kendi fikirlerinin diğer insanlar arasında daha popüler olduğunu düşünmektedir.

Benliği yüceltme motivasyonu insanın bilgiyi işlemesini de etkiler. İnsanlar benlikleri için olumlu olan sonuçları desteklemeye eğilimlidirler. Bu süreç *güdülenmiş muhakeme*nin bir örneğidir. Bununla birlikte, insanlar bilgiyi seçici olarak arayıp kendi sonuçlarını destekleyenleri bir araya getirerek objektif oldukları yanılgısını sürdürür. Dolayısıyla insanlar önceden belirlenmiş bir sonuç için en iyi kanıtı bulmaya çalışan *sezgisel avukatlar* gibidir.

İnsanların sezgisel avukatlar olarak yaptıkları ilk şey, kendi çıkarttıkları sonuçları destekleyen kanıtları toplamaktır. İnsanlar kendileriyle alakalı bilgilerde neye dikkat edeceği ve neyi görmezden geleceği konusunda oldukça seçicidir. Örneğin, kendimizle ilgili olumlu bilgileri okumaya olumsuz bilgileri okumaktan daha çok zaman harcarız. Buna ek olarak, kendimizle alakalı bilgileri hatırlarken de seçiciyizdir. Örneğin, dışa dönük olmanın iyi bir özellik olduğuna inanıyorsak, dışa dönük olduğumuzla ilgili anılarımızı daha çabuk hatırlarız. Aynı zamanda kendimizle ilgili olumlu geribildirim aldığımız anıları daha çok düşünürüz.

İnsanların sezgisel avukatlar olarak yaptıkları ikinci şey, kendileriyle alakalı bilgileri değerlendirmek ve benliği tehdit edici bir bilgi varsa onu tekrar gözden geçirmektir. Örneğin, insanlar kendi fikirleriyle uyuşmayan kişilik test sonuçları varsa, o testin geçerliliği konusunda daha eleştirel olurlar. Benliğimizi tehdit eden şeyleri makul göstermeye çalışmamız başarı ve başarısızlıklarımızı değişik nedenlere bağlamamızı da açıklayabilir. Başarılarımızın nedenlerini kendimize bağlarken, başarısızlıklarımızın nedenlerini bizim dışımızdaki durumlara bağlarız. Buna *kendine hizmet etme yanlılığı*

denir. Sporcuların maç sonrasında başarılarını kişisel niteliklerine, başarısızlıklarını kötü şansa bağlamaları buna bir örnektir.

İnsanların sezgisel avukatlar olarak yaptıkları üçüncü şey, edindikleri bilgileri uyumlu bir şekilde bir araya getirmektir. Bilgileri edindikten sonra iyi görünmelerini sağlayacak bilgilere daha çok ağırlık verirler. Örneğin, matematikte iyi olan bir öğrenci yetkinliği matematik becerileriyle tanımlarken, insan ilişkilerinde iyi olan bir öğrenci sosyal becerileri daha çok önemser. Benliği yüceltme güdüsünün olumsuz sonuçlarından biri yetersizliklerimizin farkına varamamamızdır, bu da kişisel gelişimimiz için önemli bir engel teşkil etmektedir.

Genel olarak, kişiler benliği yüceltme motivasyonunun düşüncelerini ne derecede etkilediğinin farkında değildir; çünkü eğer kişi benliği yüceltme motivasyonu olduğunu açıkça dile getirirse, bu onun kendini olumlu görme ihtiyacına ters düşer. Bu motivasyonun farkında olmamamızın bir diğer nedeni ise, bu motivasyonun temel duygusal süreçler tarafından yönlendirilmesidir. Benliği yüceltme olumlu duygular sağlarken, benliği yüceltmede başarısız olmak olumsuz duygulara yol açmaktadır. Bu duygusal geribildirim biz farkında olmasak bile kendimiz hakkında nasıl düşündüğümüze rehberlik edebilir. Örneğin, utanç verici bir hata yaptığımızda oluşan olumsuz duygular, bizi hatayı neden yaptığımıza dair çevremizde bulabileceğimiz bahaneler aramaya iter.

Greenwald ve Banaji (1995) yaptıkları bir çalışmada, insanların kendileriyle ilişkilendirdikleri kişi veya objeleri daha olumlu değerlendirdiklerini göstermiştir. Örneğin, kalem ya da kupa gibi sıradan objeler kişilerin kendilerine ait olduklarında daha olumlu değerlendirilmiştir (Beggan, 1992). Benzer şekilde, kişiler bir fotoğrafta birlikte yer aldığı kişileri ya da kendi isimlerindeki harfleri daha olumlu olarak değerlendirmektedir (Burgess, Enzle ve Morry, 2001). İnsanların kendileriyle alakalı olan yer, insan ve objeleri daha olumlu değerlendirmesine *örtük benlikçilik* adı verilmektedir.

Benliği yüceltme motivasyonu ile depresyon arasında olumsuz bir ilişki vardır, çünkü depresyondaki insanların kendilerine karşı sistematik olumsuz düşünceleri bulunmaktadır. Örneğin; depresyondaki insanlar, depresyonda olmayanlara göre daha az başarı beklentisine sahiptirler. Bir başka örnek de, "Sosyal Biliş" Bölümü'nde (Bölüm 4) bahsettiğimiz depresyondaki insanlarla depresyonda olmayan insanların *benliğe hizmet yanılgısı*nda gösterdikleri farktır. Depresyonda olmayan insanlar başarıları için içsel, değişmez ve her durumda geçerli; başarısızlıkları içinse dışsal, geçici ve duruma özgü atıflarda bulunurken; depresyonda olanlar tam tersi bir şekilde başarısızlıkları için içsel, değişmez ve her durumda geçerli atıflarda bulunmaktadır. Ayrıca; depresyonda olan insanların başarıları için de dışsal, geçici ve duruma özgü atıflarda bulunduklarını gösteren çalışmalar bulunmaktadır.

Benliği yüceltmede kültürlerarası bir fark var mıdır?

Daha önce de bahsedildiği gibi Batılı kültürler bireyci değerleri vurgularken, Batı kültüründen olmayan toplumlar toplulukçu değerleri vurgulamaktadır. Dolayısıyla benliği yüceltme motivasyonu daha çok Batı kültürlerine uygun olabilir. Toplulukçu kültürlerde benlik ilişkisel görüldüğü için, insanların kendileri hakkındaki olumlu görüşleri doğrulama istekleri daha az olabilir. Araştırmalar Doğu Asyalıların Kuzey

Amerikalılara göre genelde kendileri hakkındaki görüşlerinin sadece orta derece olumlu olduğunu ve daha az benliği yüceltme yanlılığı gösterdiklerini bulmuştur. Bunun yanı sıra, birçok çalışma Japonların kendini eleştirmeye yatkın olduklarını göstermiştir. Örneğin, bir çalışmada Japon öğrenciler Kanadalı öğrencilere göre, performanslarının ortalamanın altında olduğuna daha kolay ikna olmuşlardır.

Kültürel psikologlar benliği yüceltme güdüsünün evrenselliğini sorgulamışlardır; ancak bu bir tartışma konusudur. Öncelikle insanlar kültürel rolleriyle uyumlu alanlarda benliğini yüceltmeye çalışır. Buna uygun olarak, bireyci kültürlerin üyeleri bağımsız, lider gibi bireyci özelliklerde benliğini yüceltir, toplulukçu kültürlerin üyeleri, saygılı, vefalı gibi ilişkisel özelliklerde benliği yüceltebilir. İkinci olarak da toplulukçu kültürler kendini övmeyi onaylamayan normlardan etkileniyor olabilirler. Alçak gönüllük normu geleneksel toplumlarda ve özellikle Doğu Asya'da Batı'ya göre daha çok yüksektir. Üçüncü olarak da, gizil ölçümlerde Doğu Asyalılar da benliklerine karşı olumluluk göstermektedirler. İlk bakışta, açık bir kendini eleştirmeyle gizil bir kendini önemseme çelişkili gibi görünse de birçok kuramcı kendini eleştiren ifadelerin toplulukçu toplumlarda sempati ve şefkatle karşılandığını öne sürmektedir. Dolayısıyla toplulukçu kültürde açık şekilde kendini eleştirmek, gizil benlik saygısıyla beraber bulunabilir. Sonuç olarak, uygun bir şekilde ölçüldüğünde benliği yüceltme eğilimi hem Batı hem Doğu kültürlerinde bulunabilir; ancak bu yüceltme, farklı toplumlarda farklı şekillerde görülebilir.

c) Benliği sunma

Benliği yüceltme motivasyonu insanlar arasındaki etkileşimde de kendini gösterir. Kendimizi toplumda değerli hissetmek için modaya uygun giyinir, üniversiteye gider, vatandaşlık görevlerimizi yerine getiririz. Benliği yüceltme motivasyonunun günlük davranışlarımız için önemi kendini sunma üzerine yapılan araştırmalarla vurgulanmıştır.

İnsanların bizim hakkımızdaki izlenimlerini şekillendirmek için kullandığımız stratejileri *benliği sunma* stratejileri olarak adlandırabiliriz.

Kendimizi sunduğumuz insanlar gerçek ya da imgesel olabilirler. İnsanlara kendimizi birçok değişik şekilde ve birçok değişik nedenle sunarız. Bu stratejiler çaresizi oynamaktan kendimizi övemeye kadar çok çeşitlidirler. Yine de kendimizi sunmadaki öncelikli amacımız başkalarında kendimiz hakkında olumlu bir izlenim uyandırmaktır. Benliği sunmanın doğrudan yollarından bazıları güzel giyinmek, başarılarımızdan bahsetmektir. Benliği sunma aynı zamanda yetersizliklerimizin üstünü örtmekle de olabilir. Beceriksizliklerimiz için bahaneler uydurmamız buna bir örnektir.

En çok kullanılan benliği sunma stratejisi ise *karşımızdakini övmedir*; çünkü karşımızdakini övmek onun benlik saygısını artırır, dolayısıyla kendisini öveni beğen-

mesini de sağlar. Yöneticiler arasında yapılan bir araştırmada bu stratejiyi kullananların beş yıl boyunca en yüksek maaş artırımları ve terfileri aldığı bulunmuştur (Orpen, 1996). Benzer bir şekilde, iltifatlarda bulunan garsonların bulunmayanlara göre daha çok bahşiş aldıkları görülmüştür (Seiter, 2007). Bir meta-analiz sonucuna göre ise övülen kişi "yağcılıktan" olumlu bir şekilde etkilenirken, bunu gözlemleyenlerin öven kişinin bu davranışının ardındaki nedenleri sorguladığı bulunmuştur.

Diğer bir benliği sunma stratejisi ise *benliği engelleme*dir. İki çeşit benliği engelleme vardır. Bunlardan biri kişinin kendi açıklamasına dayalı olandır. Örneğin, kişi bir teste girmeden önce hasta olduğu hakkında ya da stresten dolayı yaşadığı rahatsızlıkla ilgili çevresindekilere yakınabilir. Bu tarz benliği engellemenin iyi tarafı, performansta gerçek bir düşüşe neden olmadan başarısızlık için bir bahane yaratmasıdır. Bu şekilde performans öncesi bahaneler sunarak kişi daha iyi performans gösterebilme kaygısını azaltır. Diğer bir benliği engelleme ise davranışsal benliği engellemedir. Bu engellemede kişi performans öncesi kendisine engeller yaratır. Örneğin, yeterli miktarda çalışmaz, çalışmayı erteler ya da alkol alarak performansını engellemeye çalışır.

d) Benliği doğrulama motivasyonu

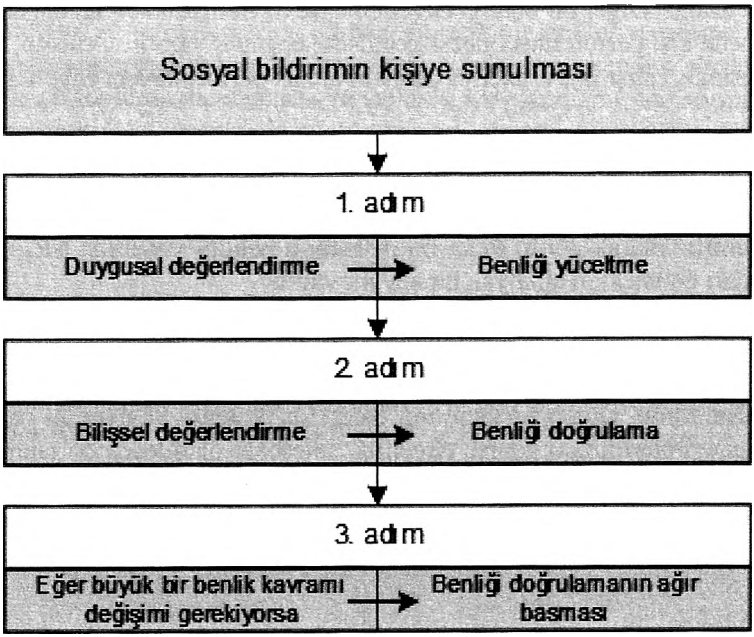
Çoğumuz kendimizi olumlu olarak görsek de bazı insanlar kendilerini daha nötr ya da olumsuz olarak görür. Peki, bu insanların benliği yüceltme isteği yok mudur yoksa onları bu istekten alıkoyan bir şey mi vardır?

Swann ve Buhrmester (2012) tarafından benlik saygıları düşük insanlarla yürütülen bir çalışma bu çelişkiyi çözmede yardımcıdır. Bu araştırmacılara göre, kendimiz hakkındaki istikrarlı görüşlerimiz dünyayı anlamlı ve uyumlu bir yer olarak görmemizle bağlantılıdır. Dünya ve kendimiz hakkında istikrarlı ve uyumlu görüşlerimizin olması deneyimlerimizi organize etmemiz, gelecekte olabilecekleri tahmin etmemiz için ve sosyal etkileşimlerimize rehberlik etmesi açısından çok önemlidir. Bu beklentiler *benliği doğrulama motivasyonunu* da beraberinde getirir. Benlik saygıları yüksek insanlar için benliği yüceltme ve benliği doğrulama motivasyonları arasında bir çatışma yoktur; çünkü olumlu geribildirimler almak kişinin kendisi hakkındaki olumlu inançlarını doğrular. Oysa benlik saygısı düşük insanlar için benliği yüceltme ve doğrulama güdüleri arasında bir çatışma vardır; çünkü benliği yüceltme ihtiyacı düşük benlik saygısı olan insanların olumlu geribildirim aramasına yol açar, fakat bu da kendileri hakkındaki olumsuz görüşlerini doğrulama ihtiyaçlarıyla çelişir. Benliği yüceltme kuramcıları, düşük benlik saygıları olan insanların benlik saygısını yükseltmek için kendileri hakkında olumlu sosyal geribildirim arayışında olduklarını öne sürerken; benliği doğrulama kuramcıları, düşük benlik saygısı olan insanların kendilerini tanıdıkları için olumlu geribildirimleri reddedeceğini dolayı kişi tarafından reddedileceğini öne sürer. Peki, bu görüşlerden hangisi doğrudur? Ya da, hangi motivasyon daha güçlüdür? Bu soruya verilen en iyi yanıt " duruma göre değiştiği" dir.

Şekil 8.2'de belirtildiği gibi, olumlu geribildirime karşılık olarak, benliği yüceltme daha otomatik ve başlangıçta daha güçlü bir tepki olarak görünse de, benliği doğrulama daha yavaş, daha çok üstüne düşünülmüş ve de daha sürekli (istikrarlı, devamlı)

bir tepkidir. İnsanlar olumlu geribildirimi ilk aldıklarında ya da dikkatleri dağınık olduğunda, otomatik olarak benliği yüceltme eğilimi gösterirler, ancak geribildirim üstünde düşünebilecek zamana sahip olduklarında ya da geribildirimi eleştirmeleri istenildiğinde, benliği doğrulama eğilimi gösterirler. Dışarıdan gözlemleyen biri için insanların övgü aldıklarında gösterdikleri ilk sevinç benliği yüceltme isteğinin daha güçlü olduğu izlenimini yaratabilir, fakat daha sonra benliği doğrulama isteği benliği yüceltmeye göre daha ağır basar. Benliği doğrulama ancak fazladan bilişsel analiz olduğunda benliği yüceltmeye göre daha ağır basar.

Şekil 8.2
Benliği Doğrulama Motivasyonu



Benlik Saygısı

Kendiniz hakkında genel olarak olumlu bir tutuma sahip misiniz yoksa gurur duyacak çok da fazla bir özelliğe sahip olmadığınızı mı düşünüyorsunuz? Peki, ne kadar yetenekli, başarılı ve değerli olduğunuzu düşünüyorsunuz? Bireyin bu sorulara verdiği cevaplar kişinin *benlik saygısı* hakkında bize bilgiler verir. Benlik saygısı kişinin kendisini genel olarak ne kadar olumlu bir şekilde değerlendirdiğinin ölçütüdür. Aslında benlik saygısı da bir çeşit motivasyondur. Yüksek benlik saygısına sahip kişiler kendileri hakkında olumlu görüşlere sahiptir, yani genellikle yetenekli, alımlı ve sempatik olduklarını düşünürler. Daha az benlik saygısına sahip kişilerin ise tam tersine

kendilerini yeteneksiz, albenisiz ve itici olarak tanımladıklarını düşünebiliriz. Ancak, gerçek hayatta çok az insan kendini olumsuz özelliklerle tanımlar.

Önemli olan diğer bir nokta ise kişinin genel benlik saygısını kişinin hangi bireysel özelliklerinin belirlediği ve kişinin bu özelliklerini nasıl değerlendirdiğidir. Örneğin, kişi kendini çok başarılı, çalışkan bir öğrenci ya da çok iyi, uyumlu bir arkadaş olarak görebilirken spor ya da sanat konusunda kendini beceriksiz biri olarak görebilir. Crocker ve Wolfe (2001) şöyle aktarmıştır: "Bir kişi okul başarısı ya da fiziksel olarak çekici görünmek gibi kişisel özelliklere bağlı çok yüksek benlik saygısına sahip iken, örneğin başka biri tanrı tarafından sevilmek ya da ahlaki değerleri yerine getirmek konusuna bağlı benlik saygısına sahip olabilir." Yani, birinci kişi okulda başarılı olduğunda yüksek bir benlik saygısı hissederken, diğer kişi ahlaki kurallara uyduğunda yüksek bir benlik saygısı hissedecektir.

Peki, bireyler yüksek benlik saygısı yerine neden düşük benlik saygısına sahip olur? Campbell'e (1990) göre düşük benlik saygısına sahip olan kişiler kendileri hakkında birbirleriyle çelişen ve belirsiz ifadeler kullanırlar. Örneğin, böyle bir kişiye kendileri hakkında soru sorulduğunda "bilmiyorum" ya da "emin değilim" gibi cevap verme olasılıkları daha çoktur. Baumeister, Hutton ve Tice (1989) de düşük benlik saygısına sahip olan bireylerin hata yapma, utanma, reddedilme ya da diğer aksiliklerden kaçındıkları ve böylece kendilerini korumak istedikleri için yüksek benlik saygısına sahip olan kişiler gibi olmadıklarını söyler.

Gelişim psikoloji alanında yapılmış araştırmalar, özellikle ebeveyn ve çocuk arasındaki ilişkinin benlik saygısının oluşumu için önemli olduğunu göstermiştir. Anne babasının kendisini sevdiğini, güvendiğini, ilgilendiğini gören çocuk kendisini sevgiye, ilgiye ve güvene layık biri olarak görmeye başlayacaktır. Tam tersi olarak, anne babasından sevgi ve kabul görmeyen çocuk düşük benlik saygısı geliştirecektir. Ergenlerle yapılan boylamsal bir çalışma, aşırı derecede ebeveyn eleştirisine maruz kalmanın depresyon ve düşük benlik saygısına yol açtığını bulmuştur (Robertson ve Simons, 1989).

Son yıllarda birçok psikolog hem akademik hem de uygulamalı alanda dikkatlerini benlik saygısına çevirmişlerdir. Uygulamaya yönelik araştırmacılar benlik saygısının nasıl artırılacağı konusunda çalışmaktadırlar. Amerika kaynaklı olan çalışmalar, birçok sosyal ve psikolojik sorunun temelinde düşük benlik saygısına sahip olmanın yattığını söylemektedirler (Branden, 1994).

Düşük benlik saygısının kaygı, yalnızlık, ya da yeme problemleri gibi sorunlarla ilişkili olduğu bulunmuştur. Kendimizi kötü veya endişeli hissettiğimizde, eğer düşük benlik saygısına sahip isek başımıza gelen her olayı olumsuz bir bakış açısı ile değerlendirebiliriz. Örneğin, düşük benlik saygılı kimseler, diğer kişilerin yanlış davranışlarını daha çok hatırlar ya da eşlerinin kendilerini sevmediklerini düşünürler (Murray, Holmes, MacDonald ve Ellsworth, 1998). Partnerlerinin kendilerini eleştirdiğini ve reddettiğini düşünürler. Bu sebeple, romantik ilişkilerinden daha az memnuniyet duyarlar. Bazı çalışmalar da düşük benlik saygısına sahip olan kişilerin daha az para kazandıklarını, uyuşturucu bağımlısı olduklarını ve çok daha depresif olduklarını bulmuştur (Salmela-Aro ve Nurmi, 2007).

Peki, yüksek benlik saygısının birey için ne gibi avantajları vardır? Bu kişiler daha atılgan ve girişkendir. Toplum içinde konuşmaya daha isteklidirler. Çevresindekilerle kolayca arkadaşlık kurabilirler. Çevresindekilerin tavsiyelerine göre hareket etmez, kendisinin en iyi olarak gördükleri şeyi uygularlar. Yani sosyal etkiye karşı daha dirençlidirler. Ayrıca, yüksek benlik saygısına sahip olmak kişiye kendini iyi hissettirir (Baumeister, Campbell, Krueger ve Vohs, 2003). Fakat aynı zamanda çalışmalar göstermiştir ki, uygun olmayan bir yaşta cinsel ilişkiye giren erkek ergenler ortalama olarak daha yüksek benlik saygısına sahip olma eğilimindedir. Ya da ergen çete liderleri, teröristler, şiddet suçu işlemiş mahkûm erkekler de yüksek benlik saygısına sahip kişiler olarak bulunmuştur (Bushman ve Baumeister, 2002).

Peki, benlik saygısını yükseltmek söylenildiği gibi avantajlı mıdır? Örneğin, üniversite öğrencisi Ali, psikoloji dersinin sınavından yüz üzerinden elli almıştır. Bu duruma çok üzülen Ali ve sınıftaki bazı öğrenciler, notlarını öğrendikten sonra dersin hocasından bir e-posta almışlardır. Bu mesajda genel olarak en çok yanlış yapılan soruların olduğu bir rapor ve öğrencileri cesaretlendirici şöyle bir not vardır: "Yüksek benlik saygısına sahip olan öğrenciler sadece iyi notlar almazlar aynı zamanda kendilerinden emin ve kararlıdırlar. Başınızı dik tutun!" Bazı öğrenciler ise sadece raporu almışlar herhangi cesaretlendirici bir mesaj almamışlardır. Bu olay aslında Forsyth, Kerr, Burnette ve Baumeister (2007) yaptığı bir deneydir. Benlik saygısı yükseltilen Ali ve diğer öğrencilerin bir sonraki sınavda daha düşük puan aldığı bulunmuştur. Bu öğrenciler zaten iyi olduklarını düşünüp çalışma gereği duymamışlardır. Bu bulgu yüksek benlik algısının bazen istenilmeyen sonuçları da beraberinde getireceğini göstermiştir. Son yıllarda yapılan bazı araştırmalar, yüksek benlik saygısına sahip olmanın illa da olumlu sonuçlar getirmeyeceğini; kişinin duygusal durumunu, öğrenme isteğini ve sosyal ilişkilerini olumsuz olarak etkileyebileceğini göstermekte, önemli olanın kişinin *gerçekçi* bir benlik saygısına sahip olması olduğunu öne sürmektedir (Baumeister ve Vohs, 2001).

Benlik Saygısında Kültürlerarası Bir Fark Var mıdır?

Bazı kültürlerarası araştırmalar, toplulukçu kültürlere sahip toplumların bireyci kültüre sahip toplumlara göre daha düşük genel benlik saygısına sahip olduklarını bulmuştur (Schmitt ve Allik, 2005). Bu sonuçlar toplulukçu kültürlerde yaşayan kişilerin bireyci kültürlerde yaşayan kişilere göre kendilerini "daha az sevdiği" şeklinde değerlendirilmiştir. Ancak bu durum, özellikle benlik saygısının "ölçülmesi" ile ilgili bir soruna da işaret ediyor olabilir.

Bahsedilen araştırmalarda, benlik saygısı sıklıkla *açık ölçüm teknikleri* ile ölçülmüştür. Bu ölçüm tekniği, genel benlik saygısı, benlik değeri ve benlik benimsemesi hakkındaki yargıları kapsamaktadır. Bu tarz ölçekler kişiye "Genel olarak, kendimden memnunumdur." gibi cümlelere ne kadar katılıp katılmadığını, bu ifadelerin kendileri için ne kadar geçerli olup olmadığını *doğrudan* sorar. Toplulukçu kültürlere sahip toplumlarda kendini övmek, kendini öne çıkarıcı ifadeler kullanmak çok da kabul gören bir davranış değildir. Dolayısı ile bu toplumlardaki bireyler de kendilerini diğerleri kadar seviyor olabilir; ama bu ölçümlerde kendilerini "aşırı olarak olumlu bir biçimde

değerlendiriyor" olmaktan kaçınabilirler. Örneğin Cai, Brown, Deng ve Oakes (2007) yaptıkları çalışmada Çinlilerin Amerikalılara göre daha alçakgönüllü olduğunu ve alçakgönüllü olmanın Çinlilerin yetenekleri açısından benliklerini Amerikalılara göre daha az olumlu değerlendirmeye yönelttiğini bulmuşlardır.

Bir diğer olası açıklama da, herkes için benlik saygısının aynı şekilde ortaya çıkmıyor olması ihtimalidir. Cai ve arkadaşları (2007) kültürler arasında benlik saygısında gözlenen farklılığın sebebini benlik saygısının bilişsel ve duygusal temelli olarak ikiye ayrılmasında aramıştır. Kişinin bilişsel temelli olarak benlik saygısını değerlendirmesi bireyin yetenekleri, kişisel özellikleri, yetkinlikleri hakkında yargılarda bulunmasını gerektirirken, duygusal temelli olarak kişinin kendini değerlendirmesi, kişinin kendi hakkında nasıl hissettiğiyle ilgilidir. Cai ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada Çinliler, Amerikalılara göre yeteneklerine ya da kişisel özelliklerine dair sorular sorulduğunda kendini daha az methederken; kendini nasıl hissettiğine dair soru sorulduğunda Amerikalılardan farklılaşmamışlardır. Benlik saygısı ölçekleri sadece bilişsel temelli değerlendirmeleri kullandığından dolayı Batılı ülkeler Doğulu ülkelere göre daha yüksek benlik saygısına sahip çıkmaktadır.

Benlik saygısının ölçümü ile ilgili bu sorun sadece toplulukçu veya bireyci kültürlerden gelen kişiler için geçerli değildir elbette. Kişilerin hem benliklerin değerlendirme hem de bu değerlendirme ile ilgili kullandıkları ifadeler farklılık gösterebilmektedir. Dolayısı ile son yıllarda araştırmacılar benlik saygısını ölçmede direk ölçüm teknikleri yerine daha dolaylı yöntemlere, gizil benlik saygısını ölçme yoluna gitmeye başlamışladır. Bu ölçüm yönteminde kişinin doğrudan kendini değerlendirmesi istenmez. Örneğin, kişinin kendisi ile bağdaştırdığı objeleri değerlendirmesi istenerek kişinin habersiz ve otomatik olarak benliğini yansıtan davranışı gözlemlenir (Greenwald ve Farnham, 2000).

Gizil benlik saygısı ölçümleri kullanılarak yapılan araştırmalarda kültürlerarası farkların azaldığı ya da yok olduğu gözlemlenmiştir (Kobayashi ve Greenwald, 2003). Çünkü örtük ölçeklerin bilişsel değerlendirmelerden daha çok duygusal çağrışımlardan etkilendiği ortaya konulmuştur.

Benlik Saygısı ve Öz Düzenleme

Benlik saygısı, kişinin özdenetimde bulunması, kendini kontrol etmesi ve amaçlarına ulaşması için önemlidir. Kişinin benlik saygısı ile ilgili endişeleri hedeflerine ulaşmada gösterdiği öz düzenleme ve kendini kontrol etme mekanizmalarını engelleyebilir. Kişinin başarılı bir öz düzenleme sergilemesi için kendisi için hangi amacın daha önemli ve neden önemli olduğuna dair bir bilgi sahibi olması gerekir. Deneysel bir çalışma, üniversite öğrencilerinin benlikleri için önemli gördükleri alanlar ile ilgili daha çok aktivitede bulunduklarını göstermiştir. Örneğin, benlik saygısını fiziksel görünüş üzerine kuran biri, zamanını daha çok alışverişe, partilere gitmeye ya da sosyalleşmeye ayırmıştır. Benlik saygısını akademik başarı üzerine kuran ise zamanın daha çoğunu ders çalışmaya ayırmıştır.

Kişiler yüksek benlik saygılarını hangi özellikleri üzerine kurdularsa o özellikleri ile ilgili daha çok özdenetimde bulunurlar. Düşük benlik saygısı ise endişeye yol açtığından özdenetimi engeller.

Benlik ve Gruplar Arası İlişkiler

Hepimiz aile ve arkadaşlardan oluşan küçük gruplardan cinsiyet, dil, millet gibi büyük gruplara pek çok farklı gruba üyeyiz. "Grup Yapısı ve Dinamikleri" Bölümü'nde (Bölüm 9) bu gruplara değineceğiz, ancak şu an için önemli olan grup çevresinde pek çok iletişim yaşadığımız ve benliğimizin bu süreçten çok etkilendiğidir. Bu gruplarda biz artık sadece bir birey değil, grubun da bir temsilcisiyizdir. Sherif (1966) gruplar arası durumları şu şekilde tanımlamıştır: "Ne zaman ki bir grubun üyeleri topluca veya tek tek başka bir grup veya onun üyeleriyle iletişime geçerse, işte o zaman gruplar arası iletişim oluşur." Yani diyebiliriz ki, gruplar arası iletişim iki grup arasında gerçekleşebilir.

Gruplar arası ilişkilerle ilgili yapılan sosyo-psikolojik çalışmaların amacı *iç gruplar* (bir kişinin üyesi olduğu gruplar) ve *dış gruplar* (bir kişinin üyesi olmadığı gruplar) arasındaki farkların sebep ve sonuçlarını anlamaktır. İç grup-dış grup farkındalığının sonucu olarak hepimiz "biz" ve "diğerleri" ayrımına sahip oluruz. Genel olarak bizim grubumuzdan kişilere, diğer gruplardan kişilere göre daha pozitif duygu ve davranış gösteririz.

"Biz" ve "diğerleri" ayrımının oluşabilmesi için salt grup üyeliği yeterli değildir. İç grup farkındalığının oluşabilmesi için benliğin grup içinde yitip gitmesi gerekir. Bu sürece *toplumsal kimlik oluşturma* denir (Turner ve ark., 1987).

Dış grup farkındalığının oluşabilmesi için benliğin dış gruptan ayrışması gerekir. Gruplar arası ilişkilerin anlaşılabilmesi için önce bireyin gruba aidiyetinin anlaşılması gerekir.

Sosyal Kimlik

Grubun birey üzerindeki etkisi, bireyin benliğinin ait olduğu gruplara bağlı olarak şekillenmesinde de kendini gösterir. "Ben kimim?" sorusuna verilen cevapların büyük bir kısmı sosyal gruplara atıfta bulunur. Örneğin, "Ben kadınım", "Ben Türküm", "Ben Müslümanım" dediğimizde belli gruplara ait olduğumuzu belirtiriz. Özellikle toplulukçu kültürlerde yaşayan bireylerin kimlik tanımlarının önemli bir kısmını gruplarla olan ilişkileri belirler. Öyleyse, kim olduğumuzun cevabı büyük ölçüde hangi gruplara ait olduğumuzun cevabıyla çakışır.

Günümüzde, sosyal psikolojide önemli araştırma alanlarından birini, sosyal kimliği inceleyen çalışmalar oluşturmaktadır. *Sosyal kimlik kuramı* (social identity theory), insanların kendilerini ve başkalarını çeşitli gruplara ait olarak algılama eğiliminde olduğunu savunur. İnsanları çeşitli gruplara ayırmada kullandığımız çok sayıda ölçüt vardır, ancak belli bağlamlarda bazı ölçütler öne çıkar. Örneğin, Belçika'da Flaman veya Valon bölgesinden olmak bireylerin kimliği açısından önem taşır. Kuzey İrlanda'da Katolik veya Protestan olmak sosyal kimliğin önemli özelliklerinden birini oluşturur. Üniversitede yurtta kalan veya kalmayan biri olmak, farklılık taşır. Aynı şekilde, cinsiyet, yaş, meslek, ten rengi gibi özellikler de insanları gruplara ayırmakta kullandığımız ölçütlerdir.

Sosyal kimlik kuramı gruplarla özdeşleşmenin psikolojik önemini inceler (Tajfel, 1982; Turner, 1985). Bu kuramda üzerinde durulan konu, insanların tutumlarının, ait oldukları grupların fikir ve davranış özelliklerinden etkilenmesidir. Yukarıda belirttiğimiz gibi kişinin kendi hakkında sahip olduğu fikirler, benlik kavramı ya da başka bir deyişle kim olduğu ile ilgili düşünceleri de, özdeşleştiği gruplardan etkilenir. Sosyal kimlik kuramının temel tezlerinden biri de, insanların benlik saygılarını ve imajlarını korumaya güdülenmiş olmalarıdır. Örneğin, kendimizi özdeşleştirdiğimiz bir grup (futbol takımı, siyasi parti, sınıf vs.) başarılı olursa, biz de gururlanırız. Örneğin, Cialdini ve arkadaşları (1976), okudukları üniversitenin takımı bir maç kazandığında, öğrencilerin okullarının tişörtlerini başka zamanlara oranla daha çok giydiklerini gözlemlemiştir. Takımlarının başarısıyla, bireylerin imaj ve benlik saygısı de yükselmiştir. O halde, diyebiliriz ki; *sosyal kimlik*, benliğin sosyal bir gruba üyelikten doğan ve duygusal bağlılık taşıyan parçasıdır. Şimdi, Tajfel (1978) ve Turner (1975)'ın geliştirdiği *Sosyal Kimlik Kuramı'na* biraz daha yakından bakalım. Bu teori iki önemli temel üzerine dayanmaktadır:

- Hepimiz etrafımızdaki sosyal dünyayı anlamlandırabilmek için kategorilere başvururuz. Bu sürecin bir sonucu olarak kategoriler içindeki farklılıkları olabildiğince az ve kategoriler arasındaki farklılıkları olabildiğince çok algılarız.
- Bazı grupların üyesi olup diğerlerinin üyesi olmadığımızdan, otomatik olarak iç grup-dış grup farklılığının ayrımında oluruz. Sosyal kategoriler bizler için önem taşıdığından iç grup- grup ayrımı duygusal önem taşır.

Bu iki temel özelliğin bir sonucu olarak temel gruplar arası şemaların özellikleri şu şekilde tanımlanmıştır:

1. Kategori içi benzerliklerin ve kategoriler arası farklılıkların önem kazanması sonucu iç grup üyelerini kendimize dış grup üyelerinden daha benzer algılarız. (*Gruplararası Abartma Teorisi)*
2. Güven ve beğeni gibi olumlu duyguları dış grup üyelerinden çok iç grup üyelerine genelleriz. (*İç Grubu Kayırma İlkesi*)
3. İç grup ve dış grup arasındaki gruplar arası sosyal karşılaştırmaları ve rekabetleri önemseriz. (*Sosyal Rekabet İlkesi*)

Bütün bu kuram ve ilkeler aslında tek bir ana fikirden doğar diyebiliriz. Grup davranışları benliğin sosyal kategori üyeliğine bağlı olarak tanımlanmasından kaynaklanır. Bu tanımlamada benlik ve grup arasında psikolojik bir ayrışma yoktur ve bu sürecin bir sonucu olarak benlik, bireysel benlikten kolektif benliğe kayar. Benlik artık yalnız "eşi benzeri olmayan" tek bir varlık değil, aynı zamanda bir sosyal kategorinin bir parçasıdır. Sonuç olarak, bireysel öncelikler iç grup öncelikleriyle bağdaşır ve iç grubun refah ve statüsü en önemli motivasyonlar haline gelir.

İç grup/Dış grup Etkisi

İnsanları kategorilere ayırmanın en yaygın yolu, dünyayı bizden olanlar ve olmayanlar şeklinde algılamaktır: Benim tuttuğum futbol takımından olanlar ve olmayanlar, Türkler ve yabancılar, benim üniversitemdeki öğrenciler ve başka üniversitede okuyanlar, benim masamda yemek yiyenler ve diğer masada yemek yiyenler gibi. Bizden olanlar, yani bizim de üyesi olduğumuz gruplar *iç grubumuzdur*. İç grubumuzu benimseriz. Bizden olmayan, üyesi olmadığımız gruplara da dış grup adı verilir. Dış gruplar benimsenmez. Dünyayı iki gruba ayrılmış şekilde algılamanın doğurduğu iki önemli sonuç vardır: *onların hepsi aynı etkisi* ve *iç grubu kayırma.* Şimdi bu iki kavramı beraber inceleyelim.

"Onların Hepsi Aynı" Etkisi

Genelde, dış grupların üyelerini birbirine benzer görürüz. İç grubumuzun üyeleri arasındaki farklılaşmaların daha çok bilincinde olduğumuz halde başka gruplarda bunu göz ardı ederiz. İngilizlerin tümünün soğuk, Almanların kaba, çalışkan, olduğunu söylerken genellemelere çok çabuk varırız da, bir başkası bizim de içinde bulunduğumuz bir grupla ilgili bir genelleme yaptığında, grup içi farklılıkları öne sürereiz. Şu tür diyaloglar size tanıdık geliyor mu? :

A- "Sizin üniversitedekilerin hepsi paralı züppeler, onların ülke sorunlarını anlamaları mümkün değil."

B- "Niye öyle diyorsun? Bizim üniversitede burslu okuyan ve zengin ailelerden gelmeyen bir sürü öğrenci var. Zengin olanların da hepsinin züppe ve dünyadan habersiz olduğunu söylemek çok yanlıştır. Aralarında öyle olmayan çok sayıda insan var."

ya da

A- "Bence, siz matematik ya da fizikle uğraşanlar, bilim yapmaktan ve gece yarılarına kadar laboratuvarlarda çalışmaktan başka bir şey bilmiyorsunuz. Sosyal yaşantınızın olduğunu gören olmamış."

B- "Her alanda olduğu kadar bizim alanda da sadece yaptığı işle uğraşanlar yok değil, ama bunların sayısı senin sandığın kadar çok değil. Geceleri dışarı çıkıp eğlenen, öyküler yazan, birbirinden farklı özelliklere sahip ve son derece de sosyal olan çok fizikçi ve matematikçi var. Siz asıl, dışarı çıkıp gezmekten başka bir şey bilmeyen kendi bölümünüze bakın!"

Bu diyaloglarda örneklendirmeye çalıştığımız, *siz-biz* ayrımı, içinde bulunmadığımız grupların üyelerinin hepsinin aynı özellikleri taşıdığı varsayımına dayanıyor. Bunun nedenlerine bir göz atalım:

Tanıdık Olma

Onların hepsi aynı etkisinin en temel açıklamalarından biri, iç grup üyelerini dış grup üyelerinden daha çok tanımamız, o yüzden çeşitliliğin daha iyi farkında olmamızdır. Örneğin, siz doğal olarak kendi üniversitenizden daha çok insan tanıdığınız için, kampüste sanatkâr bir elektronik mühendisi, çevreci bir fizikçi, Hint yemeklerinden hoşlanan bir kimyager adayı gibi çeşitli zevk ve özelliklere sahip kimseler tanımanız, iç grubun dış gruba oranla daha çeşitlilik içerdiğini düşünmemize yol açar. Yine de bu etkiyi sadece iç grup üyeleriyle tanışıklığımız aracılığıyla açıklayamayız, çünkü aynı etki laboratuvarda oluşturulan yapay gruplarda da söz konusu olmaktadır. Laboratuvarda yapılan araştırmalarda, denekler kendi gruplarındaki ve diğer gruplardaki kişileri eşit oranda tanımaları durumunda dahi, iç grubu daha renkli, farklılaşmış görüyorlar. Öyleyse, dış grubu daha homojen, tekdüze olarak algılamamıza yol açan başka nedenlere de göz atmalıyız.

Dış grupla Etkileşim

Dış gruptan ve iç gruptan aynı sayıda insanla etkileşime girmiş olsak bile, dış grubun üyeleriyle olan etkileşimimiz daha sınırlı kalacaktır. Genel olarak, dış grupla olan karşılaşmalar kişisel yakınlaşmanın mümkün olamadığı ortamlarda gerçekleşir, iki üniversitenin voleybol takımlarının sahada karşılaşmaları gibi. Bu tür ortamlarda dış grup üyelerinin birbirlerine çok benzediği izlenimini kazanmak çok da zor olmaz. İç grup üyeleriyle olan ilişkilerimiz ise tam tersine daha rahat, sıcak ve resmiyetten uzak olacağı için, kişisel ayrılıkların farkına varmak daha kolaydır, bu yüzden de iç grup bize daha farklılaşmış görünür.

Gelecekteki Etkileşim

İç gruptan olmayan insanlarla gelecekte fazla bir ilişkimiz olmayacağını düşünerek onları tanımak için fazla çaba harcamayız. Eğer karşılaşmamızdan sonra onları bir daha görmeyeceğimizi bilirsek, onların kişisel özellikleri, hatta isimleri bile bizim için ilginç olmayabilir. Oysa iç grubumuzdan insanları tanımak için daha fazla çaba harcarız. Onları ertesi gün istatistik sınıfında, kantinde, bahçede görme beklentimiz, bizde onları daha iyi tanıma ihtiyacını yaratır. Demek ki, gelecekte etkileşimde bulunacağımızı tahmin ettiğimiz insanlar hakkında tek tek bireyler olarak izlenim edinmeye çalışırız. Bu da bizim iç gruptaki çeşitliliğin farkına varmamıza yol açar.

Kendini Farklılaştırma (ayırma)

"Ben benim, sen ben değilsin" ayrımı, insanların daha çok kendilerini başkalarından farklı ve özel kılan özelliklerine yoğunlaşmasına yol açar. İç grup içinde de, aynı şekilde bizi biz yapan ve başka gruplardan farklı kılan özelliklerimize yoğunlaşma sürecinde, iç grubun diğer üyeleri hakkında çok şey öğreniriz. Park ve Rothbart (1982) deneklere kadınlar ve erkekler hakkında yazılmış kısa gazete haberleri okuttuklarında,

deneklerin kendi cinsiyetlerinden olan kişiler hakkında yazılmış haberleri daha iyi hatırladıkları ortaya çıkmıştır. Bu deneyde kadın deneklerle, gazete haberinde bahsedilen kadınlar cinsiyetlerinden dolayı bir iç grup oluşturmuşlardır. Aynı durum erkekler için de geçerlidir. Her iki grup da kendi iç grubundan olan kişilerin özelliklerine yoğunlaşmıştır.

Yukarıda bahsettiğimiz bütün bu etkenler, dış grupların daha tekdüze, üyelerinin daha birbirine benzer görülmesine yol açar. *Onların hepsi aynı* düşüncesini taşımak, bizleri o grubun bir üyesinin davranışlarından bütün grup adına çıkarım ve genellemeler yapmaya da götürür. Bu da bizi o grubun üyelerinin birbirine benzediğine daha da çok inandırır. Yani, bu görüş kendini besleyen bir kısır döngü oluşturur ve bu döngüyü kırmak çok zorlaşır.

Beşinci bölümde ayrıntılı olarak bahsedildiği gibi gruplar hakkında benimsediğimiz kalıp yargılar gruplar arasında siz-biz ayrımını yapmamızı sağlar ve bu ayrımın sürdürülmesini destekler. Dış grup hakkında bilgimiz ne kadar azsa, başkalarının o grup hakkındaki fikirlerini kabul ederek bir iki özellikten ibaret bir tipleştirmeye ya da kalıplaştırmaya yönelebiliriz. Hâlbuki iyi tanıdığımız grup ve kişiler hakkında yani üyesi olduğumuz iç gruplar için kalıp yargı geliştirmeye ihtiyacımız yoktur.

İç grubu Kayırma

Üyesi olduğumuz grupları, birçok açıdan diğer gruplara oranla daha iyi görme ve herhangi bir şeyi paylaştırırken kendi grubumuza payına düşenden daha fazla verme eğilimimiz vardır. İç grubu kayırma eğilimi sosyal psikolojide etraflıca araştırılmış konulardan biridir ve İngiliz sosyal psikolog Henri Tajfel'ın (1981) ortaya çıkardığı *asgari grup paradigması* kullanılarak da gözlemlenmiş bir olgudur. Tajfel, laboratuvarda birbirine tamamen yabancı kişilerden rastgele iki grup oluşturmuştur. Kişileri gruplara ayırırken kullanılan ölçüt hiçbir özelliğe dayanmamış, bir deneyde sadece yazı tura atarak, diğer bir deneyde de deneklerin ressamlardan Kandinsky'yi mi yoksa Klee'yi mi daha çok beğendikleri sorularak kimin hangi grupta olacağı belirlenmiştir. Bu yüzden bu gruplara asgari grup adı verilmektedir. Grup üyeliğinin rastgele belirlendiği bu deneylerde bile, denekler kendi grupları sanki onların çok iyi arkadaşları ya da akrabalarından oluşuyormuş gibi davranmışlardır. Kendileriyle aynı grupta olan kişileri daha çok sevdiklerini söylemişlerdir. Ayrıca, bu kişilerin daha hoş kişilik özelliklerine sahip olduğunu belirtmişler ve dış grup üyelerine oranla daha iyi çalıştıklarını iddia etmişlerdir. En çarpıcı sonuç ise, iki grup arasında paylaştırma yaparken deneklerin kendi gruplarına daha fazla para ve ödül pay ettikleridir.

Bu deney, insanların hiçbir şey paylaşmadıkları insanlarla bile aynı grupta bulununca, bir başka deyişle, grup bilincinin en alt düzeyde olduğu zaman bile, birbirlerini dış gruplara karşı nasıl kayırdıklarını çok güzel biçimde göstermektedir. Gerçek dünyada insanların iç gruplarıyla birçok ortak özelliğe sahip olduğu düşünülürse, kendi gruplarından olmayanlara karşı nasıl yanlı ve önyargılı davranabilecekleri anlaşılabilir. Milliyetçilik, ırk ve etnik ayrımcılığın nasıl oluşabileceği bu çok basit, ancak çok önemli deneyde ortaya çıkmaktadır.

İnsanların iç gruplarını kayırmalarının bir sonucu da, iç grup ve dış grubun olumlu ve olumsuz davranışları için farklı nedensel atıflarda bulunmalarıdır. Atıfları incelediğimiz bölümden hatırlayacağınız gibi, davranışların nedenleri, insanın içsel özellikleriyle açıklanabileceği gibi, dışsal etkenlerde de açıklanabilir. Weber (1984), insanların iç gruplarında yer alan kişilerin olumlu davranışlarını ve dış gruptaki kişilerin olumsuz davranışlarını, o kişilerin içsel özellikleriyle açıkladıklarını, iç gruplarındaki kişilerin olumsuz davranışlarıyla dış gruptakilerin olumlu davranışlarını ise dışsal faktörlerle açıkladıklarını bulmuştur. Weber'in bulgusuna göre örneğin, tuttuğumuz futbol takımının bir maçtan galip ayrılmasını futbolcuların yeteneğine, rakip takımın bir maçta başarılı olmasını ise o haftaki şanslarına bağlarız. Takımımızın Avrupa kupalarındaki başarısızlığını fikstürün yapısıyla, rakip bir takımın başarısızlığını ise kötü oynamış olmalarıyla açıklarız.

İç grupların bu şekilde kaçınılmaz olarak olumlu algılanmaları etnik merkezcilikle açıklanır. *Etnik merkezcilik,* bireyin kendi grubunu her şeyin merkezinde algılaması ve diğer her şeyi ona kıyaslayarak değerlendirmesidir (Sumner, 1906). Fakat unutmamak gerekir ki, iç grup olumluluğunun yer almadığı bazı durumlar da vardır. Özellikle dış grubun başarısının objektif bir şekilde kanıtlandığı veya dış grubun hiyerarşik olarak iç gruptan üstün olduğu konusunda hemfikir olunan durumlarda dış grup olumluluğu oluşabilir.

İç Grup Aidiyeti ve Olumluluğunun Motivasyonları

Benlik Saygısı

Benliğimizi bir grupla ilişkilendirdiğimizde, grubun başarılarından kendimize pay çıkarırız. Bu durum bireysel olarak grubun başarısına katkıda bulunmasak bile böyledir. Böylece, aidiyet duyduğumuz grubun başarısı benlik saygımızı yükseltir ve bu özgüven tek başımıza elde edebileceğimiz özgüvenden daha fazladır. Örneğin, bir satranç turnuvasına katılmış ama başarısız olmuş bir çocuğu düşünelim. Bu çocuğun başarısızlığından ötürü kendine olan güveni düşebilir. Ancak örneğin okulu, okullar arası satranç turnuvasında başarılı olursa, okuluna aidiyet hissettiğinden dolayı okulunun başarısı onun özgüvenini artıracaktır.

Bilişsel Güdüler- Belirsizlik Azaltma

Grup üyeliğimizi ayrıca belirsizlik azaltma ve sosyal durumları anlamlandırma ve açıklığa kavuşturma amaçlarıyla da kullanırız. Araştırmalar göstermiştir ki iç grup aidiyeti ve önyargıları belirsiz durumlarda daha fazladır.

Güvenlik ve Aidiyet

Aidiyetin altında yatan bir başka motivasyon ise grup içinde güvende hissedebilmek ve temel aidiyet ihtiyacını tatmin edebilmektir. Örneğin, bir ulusa mensup kişiler, duydukları aidiyet duygusu sayesinde diğer uluslar karşısında kendilerini güvende hissederler. Baumeister ve Leary (1995) *aidiyet ihtiyacını* insanların yalnızkenki savunmasız hallerine ve hayatta kalmak için diğer kişilere ihtiyaç duymalarına bağlamıştır.

Bireyselliğin Yitirilmesi (Kimliksizleşme)

Bireylerin, zaman zaman grup içinde bireysel kimliklerini kaybedebildikleri görülür. Örneğin, normalde karıncayı bile incitemeyeceğini düşündüğümüz kişiler, bir grubun içinde kendilerinden beklenmeyen saldırgan davranışlarda bulunabilirler. Zaman zaman medyada, yaptığı kötü bir davranıştan dolayı utanç ve pişmanlık duyan ve içinde bulunduğu grupla birlikte galeyana gelip o şekilde davrandığını, hatta kendini kaybettiğini söyleyen kişilere rastlıyoruz. Türkiye'de halkın ağır suç işleyen kişileri bizzat cezalandırmak istediğine, kişi ellerine geçtiği zaman da linç etmeye kadar varabilen saldırgan davranışlarda bulunduklarına tanık oluyoruz. Bu tür gruplar mutlaka yalnızken de saldırgan olan kişilerden oluşmaz. Grubun içinde yer alıyor olmak, kişileri yalnızken yapmayacakları bazı davranışlara itebilir.

Bu tür mantık dışı davranışları sosyal psikologlar nasıl açıklar? 19. yüzyılın sonunda Le Bon, kalabalıkta bir kişinin taşıdığı duyguların bulaşıcı olduğunu ve diğer grup üyelerine de telkinle sıçrayabileceğini öne sürmüştü. Le Bon bu olguyu *sosyal bulaşma* olarak adlandırmıştı. Sosyal bulaşma, insanların normalde sahip olduğu kontrol mekanizmalarının kırılmasına neden olur. Grup içinde bazen kendi davranışlarımızdan duyduğumuz sorumluluğu yitirebilir, sorumluluğu gruba aktarabiliriz. Kendi kontrol sistemimizi yitirince de, ilkel saldırgan davranışların ortaya çıkması kolaylaşır. Bu durum, zarar verici ve ahlak dışı davranışlara yol açabilir. Le Bon'dan sonra gelen sosyal psikologlar da, onun fikirlerini genişleterek işlemişlerdir.

Bireyselliğin yitirilmesinde önemli bir etken anonim olmak yani tanınmamaktır. Grup üyeleri kendi kimliklerinin belirgin olmadığını düşündükleri zaman, kendilerine has bir kimlikleri olduğunu daha kolay unutur, dolayısıyla davranışları için kendilerini daha az sorumlu hissederler. Bir kalabalıkta, bireyler tek başlarına durmazlar, birbirlerinin arasına karışır ve neredeyse ortak bir kimlik oluştururlar. Bunun tersine, kişiler kim olduklarının ayrımında oldukları zaman davranışlarına daha çok dikkat eder ve mantık ve ahlak dışı davranışlarda bulunmamaya özen gösterirler.

Zimbardo (1970) tarafından gerçekleştirilen bir deneyde bireyselliğin yitirilmesi net bir şekilde ortaya çıkmıştır. Dört kadından oluşan bir grupta iki farklı durumda deneklerden bir kişiye elektrik vermeleri istenmiş. Birinci durumda, 4 denek kolayca ayırt edilebilecek şekle sokulmuş, yaka kartlarına isimleri yazılmış, teker teker isimleriyle çağrılmışlar. İkinci durumda ise 4 başka denek, laboratuvar önlükleri ve yüzlerini kapatan başlıklarla gizlenmiş ve isimleri hiçbir şekilde ağza alınmamış, yani tanınamaz hale getirilmiş. Sonuçta, tanınmaz olan deneklerin diğer deneklere göre o kişiye iki kat daha fazla elektrik verdikleri görülmüş. Demek ki; başkaları tarafından teşhis edilememek, saldırganlıkta bir artışa neden olmaktadır. Bu araştırmalar, bir gruba üye olmanın değil, grup içinde anonim olmanın ve ben-farkındalığının azalmasının bireyselliğin yitirilmesinde rol oynadığını göstermektedir (Diener, 1980).

Gelişen teknolojiyle beraber bireyselliğin yitirilmesinin gözlendiği bir başka alan da sanal ortam olmuştur. İnternet, insanların anonim olarak fikirlerini paylaşabilecekleri bir ortam sağlamıştır. Bunun bir sonucu olarak insanlar, anonim olmasalar paylaşabileceklerini hayal bile edemeyecekleri fikirlerini paylaşır hale gelmişlerdir. Zor konuların internet ortamında özgürce ve açık bir şekilde paylaşılabilmesinin avantajları

da olmuştur. Fakat bu özgürlüğün maliyeti de genel nezaketin ve saygının azalması olmuştur.

Bu bulgulardan çıkarılabilecek sonuç, grubun bireyler üzerindeki etkisinin tahmin ettiğimizden çok büyük ve güçlü olabildiğidir. Bir grubun üyesi olmak, belli koşullar altında kişinin kendi kimliğini yitirmesine kadar etki edebilir. Bu bize, grubu incelemeden, benliği tamamen anlamanın mümkün olmadığını gösterir. Bu yüzden grup çalışmaları sosyal psikolojinin vazgeçilmez parçasıdır.

Benlik Tanımında Cinsiyet Farklılıkları

Şu önyargıyı hepimiz duymuşuzdur: Kadınlar bir araya geldiklerinde her zaman ilişkilerinden bahsederler, erkeklerse spor da dâhil olmak üzere her şeyi konuşurlar ama duygularından bahsetmezler. Bu kalıp yargı abartılmış olsa da gerçeklik payı vardır ve erkeklerle kadınlar arasındaki benlik farklılıklarını gösterir. Bu farklılıklar özellikle Batılı ülkelerde yapılan araştırmalarda ele alınmıştır.

Kadınlar daha çok *ilişkisel bağlılık* gösterirler, yani daha çok yakın ilişkilerine odaklanırlar. Erkeklerse daha çok *kolektif bağlılık* gösterirler, yani daha büyükçe gruplara olan bağlılıklarına önem verirler (Brewer ve Gardner, 1996). Onlar için örneğin bir futbol takımı taraftarı olmaları daha çok önem taşır. Çocukluklarında yakın arkadaşlıklar kuran, diğer kişilerle işbirliği yapan ve dikkatlerini sosyal ilişkilerine yoğunlaştıran kızlar, bu özelliklerini ileriki yaşlarda da sürdürürler. Erkeklerse daha çok gruplara duydukları aidiyet duygusuna yoğunlaşırlar. Bunun bir sonucu olarak da, kadınlar kişisel konular hakkında erkeklerden daha çok konuşur ve duygularını daha çok ifade ederler.

Bir araştırmada erkek ve kadın katılımcılardan hayatlarındaki duygusal olarak önemli olaylardan bahsetmeleri istenmiştir. Kadınlar daha çok nişanlanmak veya bir aile yakınını kaybetmek gibi kişisel ilişkilerinden yakından ilgili konulardan bahsederken; erkekler daha çok takımlarının bir maçı kaybetmesi veya bir üniversite kulübünün üyesi olmak gibi daha büyükçe gruplarla ilgili olaylardan söz etmişlerdir (Gabriel ve Gardner, 1999).

Ancak unutmamak gerekir ki benlik kavramında cinsiyet farklılıklarından söz ederken dikkatli olmak gerekir. Kadınlarla erkekler arasındaki psikolojik farklılıklar sanılandan daha azdır. Yine de denilebilir ki cinsiyetler arasında benlik farklılıkları mevcuttur. Bir diğer unutulmaması gereken nokta da bu cinsiyet farklılıklarının kültürden kültüre farklılık gösterdiğidir. Bu konuyu "Sosyal Psikoloji ve Kültür" bölümü'nde (Bölüm 10) detaylı olarak inceleyeceğiz.

BÖLÜM 9

GRUP YAPISI VE DİNAMİĞİ

Grup olgusu her gün hepimizin yaşamında yer alır. Bu olguyu birkaç örnekle ele alalım.

- Ayşe okulda kendi kendine aritmetik problemleri çözerken bir kaç çocuk daha çalışma odasına gelirler. Birbirlerini tanımazlar, onlar da problem çözmeye başlarlar. Ayşe onları tanımadığı ve onlarla konuşmadığı halde, yalnızken çalıştığından daha hızlı ve daha hırslı çalışmaya başlar. Yani başkalarının varlığı, Ayşe'nin farkında olmadan verimini arttırmasını sağlamıştır.
- Bir fikre karşı bir süredir direnmekte olan Ali, yakın arkadaş grubunun o fikre katıldığını öğrenince, direnmekten vazgeçer ve fikri kabul eder.
- Bir reklam şirketi yeni bir deterjanı tanıtmak için değişik bir reklam kampanyası geliştirmeye çalışmaktadır. Şirketin altı reklam uzmanı bu iş üstünde bir süredir tek tek uğraşmaktadırlar. Sonunda bir serbest tartışma ortamında bir araya gelip sorunu ele alırlar. Her biri aklına geleni söyler; eleştirisiz, kabul edici bir yaklaşım kullanılan grup tartışmasından sonra her biri tek tek elde ettiklerinden çok daha fazlasını grup halindeyken elde ettiklerini düşünür.

Bütün bu örneklerde "grup" olgusunu görüyoruz. Bu örneklerin sayısını arttırmak mümkündür. Çünkü hepimiz çeşitli grupların üyesiyiz. Bunlar, meslek grupları, dernekler, sendikalar, örgütler, şirketler gibi daha resmi (biçimsel) gruplar olabildiği gibi, aile, arkadaş grubu, akraba, komşu grupları gibi resmi olmayan (doğal) gruplar da olabilir. Grup dinamiği ile ilgili çalışmalara geçmeden önce grubun ne olduğunu, işlevlerini ve grup kavramının sosyal psikoloji içinde nasıl geliştiğini inceleyelim.

Grup Nedir?

Günlük konuşmada kullanılan "grup" sözcüğü en genel anlamda "çoğul olmayı" ifade eder. Sosyal psikolojide ve sosyolojide ise grup kavramı çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bu tanımlara göre, bir kalabalığın "grup" olabilmesi için ortak amaçlar, ortak normlar, kendilerini bir grup olarak hissetmeleri gibi koşullar öne sürülmüştür.

Gruplar şüphesiz bu özellikleri göstermekle beraber, bir topluluğun grup olabilmesi için gereken en az koşul acaba hangisidir? Bu soruya cevabımız "etkileşim" olacaktır. Buna göre grup, "etkileşim halinde olan birden fazla insan" anlamını taşır.

Etkileşim halinde olmak için, sadece birbirinin varlığından haberdar olmak bile yeterlidir. Sosyal Uyma ve Etki bölümünün başında sosyal davranış için verdiğimiz örneklerden birini hatırlayalım. Otobüste karşılıklı oturan iki kişiden birinin diğerini dikkatle incelemesi, incelenen kimsenin de bunun farkında olması halinde bu iki kişi etkileşim içindedir. Çünkü her ikisinin de davranışı, diğerinin orada bulunmasıyla etkilenmiştir.

Bu örnekteki grup, şüphesiz, grup kavramının çok basit bir şekilde kullanımıdır. Bu tür bir grup geçicidir. Üyelerinin ortak özellikleri ve amaçları çok sınırlıdır. Ama gene de etkileşim söz konusu olduğu *sürece* bu iki kişilik topluluğa grup diyebiliriz. Böyle en basit düzeydeki etkileşimin bir grup yarattığı fikri başka araştırmacılar tarafından da benimsenmiştir. Sosyolog Goffman da bu en basit ve geçici grupları gözlem yoluyla inceleyerek bir kitap yazmıştır (1961). Grupları anlamak için gruplara özgü özellikleri (etkileşim, önem, ortak hedefler, ortak çıkarlar, ömür vs.) göz önünde bulundurmak gerekir. Çünkü farklı gruplar farklı özellikler barındırır. Örneğin aile, arkadaşlar gibi samimi gruplarda etkileşim, birbirlerine verilen önem, ortak hedef ve çıkarlar fazladır. Ömrü uzun, kişi sayısı az ve bütünlülüğü yüksektir.

Sosyologların ve özellikle sosyal psikologların ilgilendikleri ve üstünde en çok araştırma yaptıkları gruplar küçük gruplardır.

Tablo 9.1'de sosyal psikologların araştırmalarına konu olan küçük gruplara dair birkaç öne çıkan örneği ve bu küçük gruplara özgü özellikleri inceleyebiliriz.

Acaba küçük grupları incelemenin anlamı nedir? Küçük gruplar niçin bir çalışma konusudur? Bu soruya birkaç cevap bulabiliriz. Öncelikle, küçük gruplar bir sosyal olgudur. Hepimiz yaşamımızın önemli kısımlarını aile, arkadaş grubu, çalışma grubu gibi "küçük gruplarda" geçiririz. Gerçek böyle olunca sosyal bilimcilerin bu sosyal olguya kayıtsız kalmaması, onunla ilgilenmesi doğaldır. Başka bir deyişle, küçük gruplar kendi başına önemli bir sosyal araştırma konusudur. İkinci olarak, küçük gruplar, aynı zamanda toplumu da yansıtır. Küçük grupları toplumun modelleri, minyatürleri olarak ele alabiliriz. Böylece küçük grupları incelemek suretiyle, toplumun işleyişi hakkında önemli ipuçları ve bilgiler edinebiliriz. Son olarak, küçük grup araştırma sonuçlarının sosyal uygulama için önemli olduğu da görülmektedir. Örneğin grup psikoterapisi, duyarlılık eğitimi, sosyal çalışma, örgüt yönetimi, personel ilişkileri, endüstri psikolojisi gibi çeşitli uygulama alanlarında küçük grup bulguları kullanılmaktadır. Bu bakımdan küçük grup çalışmalarının uygulamaya dönük önemi de vardır.

Tablo 9.1
Küçük grup çeşitleri ve özellikleri.

GRUBA ÖZGÜ ÖZELLİKLER	GRUP ÇEŞİDİ (ÖRNEKLER)			
	Samimi (Birincil) Gruplar (Örn: Aile üyeleri, arkadaşlar)	**Görev (İkincil) Grupları** (Örn: Futbol takımı, bir dizinin oyuncuları)	**Sosyal Gruplar** (Örn: Kadınlar, Türkler, Gençler)	**Zayıf Bağlı Gruplar** (Örn: Otobüs durağında bekleyenler, aynı sitede yaşananlar)
Etkileşim	Yüksek	Orta / Yüksek	Az	Az
Önem	Yüksek	Orta / Yüksek	Az	Az
Ortak Hedefler	Çok	Orta / Yüksek	Az	Az
Ortak Çıkarlar	Çok	Orta / Yüksek	Az	Az
Benzerlik	Yüksek	Orta	Az	Az
Ömür	Uzun	Orta	Uzun	Kısa
Kişi Sayısı	Az	Az	Çok	Orta

Grupların İşlevleri Nelerdir?

İnsanlar neden çeşitli gruplara girerler? Bir grubun üyesi olmanın bize kazandırdıkları nelerdir? Var olan bulgular bize insanların çeşitli nedenlerden ötürü gruplara katıldıklarını gösteriyor. Bunlardan bir kısmını şöyle sıralayabiliriz: Gruplara katılmak önemli psikolojik ve sosyal gereksinimleri karşılamamıza yardım eder, örneğin bir yere ait olmak veya başkalarından ilgi görmek gibi. Gruplara katılarak, yalnız başımıza altından kalkamayacağımız işlerin hakkından gelebiliriz. Bir elin nesi var iki elin sesi var atasözünde olduğu gibi. Ayrıca, grupların bir üyesi olarak, üye olmayan kişilerin edinemeyeceği bilgilere de kavuşmuş oluruz. Gruplar aynı zamanda kendimizi güvencede hissetmemizi de sağlar. Bazı gruplara ait olmak grup dışı düşmanlara karşı korunmamızı kolaylaştırır. Son olarak, grup üyeliği olumlu bir sosyal kimlik edinmemizi de sağlar (sosyal kimlik sekizinci bölümde, Benlik konusunda ayrıntılı olarak işlendi). Bir gruba olan üyeliğimiz benliğimizin tanımında yer alabilir. Prestijli,

toplum içindeki konumu yüksek gruplara üye olan bir kişi, sırf bu gruplara üyeliğinden ötürü kendini iyi hissedecek ve benliği beslenecektir. Örneğin, bazı insanlar iyi bir kulübün üyesi olmaktan, iyi bir üniversitede okumaktan, belli bir etnik grubun üyesi olmaktan veya yüksek statülü bir şirkette çalışmaktan dolayı kendilerini daha iyi hissedebilirler. Görüldüğü gibi, ait olduğumuz grubun toplumdaki yeri, bizim yerimizi de büyük ölçüde belirler.

Grup Araştırmalarının Gelişmesi

Okuma parçası 5'te tutum kavramının sosyal psikoloji içindeki gelişmesini incelerken 1940'larda Kurt Lewin önderliğinde küçük grup çalışmalarının başlamasının tutumlar konusuna kavramsal katkısı olduğunu görmüştük. Lewin'in başlattığı grup dinamiği çalışmaları, sosyal psikolojide küçük gruplar konusundaki kavramsal gelişmeleri çok etkilemiştir.

Bununla beraber, küçük gruplarla yapılan ilk çalışmaların çok daha önce yapıldığını, hatta bu konunun tarihçesinin 19. yüzyılın sonuna kadar uzandığını görüyoruz. Kitabın birici bölümünde yer alan okuma parçasında "grup ruhu" konusundaki tartışmaları incelemiştik. 1850'lerden başlayarak 1930'lara kadar önemini koruyan "grup ruhu" kavramı, gruba metafizik bir özellik verdiğinden, grupla ilgili bilimsel araştırmalara uygun bir kavram olarak görülmüyordu. Nitekim 1920'lerde davranışçılık akımının bireyci temsilcisi Floyd Allport (1924) "grup ruhu" nu reddetmiş ve grubu, bireyin davranışının başkalarının varlığı sonucu hızlandırılmasına bağlamıştır.

1920'lerden sonra "grup ruhu" konusundaki felsefi tartışmaların bittiğini, bunların yerini deneysel araştırmaların aldığını görüyoruz. 1936'da Sherif'in grup normlarının oluşmasını deneysel olarak saptamasıyla grup gerçeği soyut düzeyden deneysel düzeye kesinlikle geçmiş oluyordu. 1930'ların sonlarından itibaren de grup çalışmalarında Kurt Lewin'in yön verici etkisi ön plana çıkmıştır.

Grup çalışmalarına ilgi 1960'lardan sonra düşüş göstermiştir. Bu düşüş birkaç nedenle açıklanabilir. Gruplar yerine bireyleri incelemek bilim adamlarına daha kolay ve doğal görünmüştür. Ayrıca bilişsel psikolojiye yönelim sonucu yapılan araştırmalarda deneysel kontrol arayışı da, psikologları karmaşık grup etkileşimi çalışmalarından uzaklaştırmıştır.

1960'lardan itibaren grup araştırmalarında görülen bu gerileme, 1980 ve 1990'larda yerini olumlu gelişmelere bırakmıştır. 1980'lerde, grup içi ve gruplararası çatışmaların çözümü, paylaşım adaleti ve işbirliği çabaları sosyal psikolojinin odaklandığı konulardan olmuştur. Endüstriyel psikoloji alanında çalışma gruplarının verimliliğini belirleyen etkenler ve etkili liderlik birçok araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Klinik psikologlar danışan-terapist ilişkisine önem vermişler ve bireylerin yanında ailelerin ve başka grupların terapisine yönelmişlerdir. Sosyolojide, gruplarda gücün elde edilmesi ve kullanılması, hiyerarşiler ve grup yapıları üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Avrupa'da ise grup araştırmaları daha çok, gruplarda azınlığın etkileri (Moscovici, 1985) ve gruplararası ilişkiler (Tajfel, 1981) konularında yoğunlaşmıştır.

Grup araştırmalarının gelişmesini kısaca gözden geçirdik. Bu gelişmeler içinde acaba hangi sorunlar ele alınmış, hangi kuramsal yaklaşımlar ortaya çıkmıştır? Şimdi grup psikolojisi alanını oluşturan bu konulara eğilelim.

Grubun Birey Üzerindeki Etkisi

İlk grup çalışmaları, bireyin grup içinde olmaktan nasıl etkilendiği sorusuna cevap aramışlar, bunu *sosyal hızlandırma* kavramıyla açıklamışlardır. Özellikle sosyal psikolojik nitelikteki grup araştırmaları grup içindeki bireyi hiç ihmal etmemişler, onun grup tarafından nasıl etkilendiğini sık sık incelemişlerdir.

Genellikle grup-birey ilişkilerine yönelen araştırmalar ve kuramsal yaklaşımlar üç grupta toplanabilir.

a) Grup içinde norm gelişmesi ve bireyin bu norma uyması ile ilgili çalışmalar.
b) Grubun bireyin tutum değişimiyle ilişkisi inceleyen çalışmalar; bu çalışmalarda grup bireyde tutum değişmesi yaratan ya da buna engel olan bir güç olarak ele alınmaktadır.
c) Grubun iş üretimi ile bireyin iş üretimi karşılaştıran ve grubun bireyin verimliliğine olan etkisi inceleyen çalışmalar.

Grup-birey ilişkileri aynı zamanda, bireyin grup içinde edindiği kimlik ve bunun sonuçları açısından da incelenmektedir (bu konuda yapılmış çalışmalara Benlik bölümünde değinmiştik).

Bütün bu araştırmaların ortak noktası, yukarıda da belirtildiği gibi, bireye önem verilmesidir. Ancak birey tek başına değil, grup içinde ve grupla etkileşim halinde ele alındığı için, bu araştırmalar esas itibariyle sosyal psikolojik niteliktedir. Aşağıda bu üç grup çalışmayı detaylı şekilde inceleyeceğiz.

a) Grubun birey üzerindeki normatif etkisi

Hatırlanacağı gibi üçüncü bölümde, sosyal etki ve uyma çerçevesinde, dört sosyal etki araştırmasını etraflıca incelemiştik. Bunlardan Sherif'in araştırmasında (1936) temel olarak grup normunun oluşması, Asch'in araştırmasında da (1951) var olan bir grup normunun bireye etkisi incelenmişti. Her iki araştırmada da bireysel görsel algı ve yargının grubun varlığıyla nasıl etkilendiğini gördük. Bu araştırmalarda kesinlikle ortaya çıkan bir husus vardır, o da şudur; birey, grup içinde, yalnız olduğu zamankinden farklı davranmaktadır.

Grubun içyapısı göz önüne alınınca, bütün gruplarda üyeler arasında statü (mevki) farklılıkları olduğunu biliyoruz. Grup hiyerarşisi içinde acaba hangi üyeler grup normlarına daha çok uyarlar? Ya da grup normlarına uyma bakımından üyeler arasında fark var mıdır?

Dittes ve Kelley (1956) yaptıkları bir deneyle bu soruları cevaplandırmışlardır. Bu deneyde bir çalışma grubu oluşturulmuş ve bunlar bir süre beraber çalıştıktan sonra, grup üyelerinin her birine grubun kendisini ne derece kabul ettiği, ona ne kadar değer verdiği hakkında bilgi verilmiştir. Aslında grup içinde birbirinden pek farklı olmayan bu deneklerin bazılarına "grup seni seçti; sana değer veriliyor, grup içinde kalman isteniyor" şeklinde bilgi verilirken, bir kısmına "seni isteyenler de var, istemeyenler de, ortadasın, durumun ilerde iyileşebilir de kötüleşebilir de" şeklinde bilgi verilmiştir. Bir üçüncü kısım üyelere ise "grup seni seçmedi, grup içinde olman fazla değerli görülmüyor" denmiştir.

Aslında bu bilgilerin hepsi asılsızdır ve grup içinde deneysel olarak statü farklılaşması ve hiyerarşi oluşturmak için araç olarak kullanılmıştır.

Oluşturulan üç statü kesimi içinde grup normuna en fazla uyma davranışı, kendilerini grubun kısmen kabullendiğini sanan orta düzeydekilerde görülmüştür. Bu üyeler, grubun desteğini bir dereceye kadar kazanmışlardır, ama durumları pek sağlam değildir. Grup desteğini tartışmasız şekilde sağlama almak veya reddedilmek kendi ellerindedir. Bundan ötürü de yerlerini sağlamlaştırmak ve statülerini yükseltmek için bu üyeler grup normlarına en içten şekilde bağlanmışlar ve büyük bir hevesle normlara uyma davranışı göstermişlerdir. Bu davranışları grup içinde görüldüğü gibi, yalnızken de görülmüştür, demek ki bunlarda *benimseme ile uyma* söz konusudur.

En alt statü düzeyindeki grup üyelerinde de ortadakiler kadar olmamakla beraber uyma davranışı görülmüştür. Ancak bu üyeler sadece grup içindeyken grup normunu kabullenmişler ve ona uyma davranışı göstermişler, yalnız oldukları zaman ise norma aldırış etmemişlerdir. Demek ki bu kesimde benimseme değil *itaat ile uyma* söz konusudur. Bu itaat, yani gruba uyar gözükme, gruptan tamamen atılmamak içindir.

Grup tarafından beğenilmediklerini bildiklerinden bu en düşük statüdeki üyeler için grup, cazibesini bir dereceye kadar kaybetmiştir. Bundan ötürü, grubu cazip bulan ve grup içinde yükselme çabasında olan orta statü kesimine oranla genellikle daha az uyma davranışı göstermektedirler. Zaten en altta olduklarından, grup normuna uymamakla kaybedecekleri de fazla bir şey yoktur. Yani statülerinin daha fazla düşmesi söz konusu değildir.

En üst statüde olanların uyma davranışının da ortadakilerden daha az olduğu görülmüştür. Bu ilginç bulgu tahminlere ters düşmektedir. Bir grubun en ileri gelenleri, liderleri, o grubun normlarına en çok uymazlar mı? Bu araştırma bulgularına göre, hayır. Çünkü grup tarafından sevilen, kabullenilen lider, güven duygusu içindedir; kazanabileceği kadar statü kazanmış demektir, statüsünü yükseltmek için normlara büyük bir titizlikle uyması gerekmez çünkü zaten yüksek statüye sahiptir. Bu bakımdan ortadaki üyeden daha rahattır.

Hollander (1958) de lider'e *kendine özgü davranabilme yetkisi* (idiosyncracy effect) atfederek bu olguyu açıklamıştır. Hollander'a göre lider hem uyma, hem uymama davranışları gösterir. Şöyle ki, önce grubun normlarına sıkı sıkıya uyarak statüsünü yükseltir ve lider olur. Ancak liderliği iyice kabul edildikten *sonra,* bir dereceye kadar grup normlarından bağımsız davranışta bulunma özgürlüğüne sahip olur.

Bu küçük grup deneyinin sonuçlarının toplum için de önemi vardır. Orta sınıf üyelerinin ya da orta sosyo-ekonomik düzeyde olan kimselerin genellikle toplumsal normlara en çok uyanlar oldukları bilinmektedir. Toplumsal normlara uymama davranışı ise; daha çok alt sosyo-ekonomik kesimlerde görülür. En yukarı sosyal tabakalardaki kimselerin ise davranışlarında daha serbest oldukları gözlenmiştir. Dittes ve Kelley'in bu araştırması bize grup yapısıyla (hiyerarşisiyle) grup normuna uyma davranışı arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermekte, aynı zamanda da bir küçük grup araştırması sonuçlarından toplum hakkında bazı bilgiler edinmemize yardımcı olmaktadır.

Dittes ve Kelley araştırmasında en alt statüdeki üyelerin gruba pek değer vermediklerini fakat yine de gruptan atılmamak için itaat türünde bir miktar uyma davranışı gösterdiklerini söylemiştik. Burada bir soru akla gelebilir: İnsan değer vermediği bir grupta kalmayı niçin istesin?

Bu soruya cevap vermek için Thibaut ve Kelley'in (1959) geliştirdiği *beklenti düzeyi* ve *diğerleriyle karşılaştırma düzeyi* kavramlarını kullanabiliriz. Homansda (1961) benzer bir görüş ortaya atarak sosyal davranışı, etkileşimin kişiye sağladığı "ödül" ile ona "maliyeti" arasında bir "alış-veriş" olarak kavramlaştırmıştır.

Bu görüşlere göre, bir kişi için ait olduğu grubun *değeri*, ona sağladığı çıkar (ödül) ile ona maliyeti arasındaki fark olarak kavramlaştırılabilir. Bu davranışçı kuramsal çerçeve içinde, bir kimsenin ait olduğu gruptan bazı beklentileri vardır. Bu beklentiler belirli bir düzeydedir. Bu, kişinin neyi hak ettiği ile ilgilidir. Eğer grup bu beklenti düzeyinin üstündeyse, kişi için caziptir. Altındaysa değildir (Thibaut ve Kelley, 1959).[1]

Ancak, kişi ait olduğu grubu, katılması mümkün olan diğer gruplarla da karşılaştırır. Buna da *diğerleriyle karşılaştırma düzeyi* denilir. Kişi için pek değerli olmayan bir grup, gene de o kişinin girebileceği diğer gruplardan daha iyiyse, kişi o grupta kalır. Demek ki, bir grup kişinin beklenti düzeyinin altında olup diğerleriyle karşılaştırma düzeyinin üstünde olabilir. Dittes ve Kelley'in araştırmasındaki en düşük statülü üyeler için de böyle bir durum söz konusu olmuş olabilir. Demek ki sorun, kişinin seçenekleri olup olmamasına da bağlanmaktadır. Örneğin, Türkiye'deki gibi geleneksel toplumlarda birçok kadın için, içinde bulunduğu evlilik beklenti düzeyinin altında olsa da, boşandıktan sonraki yaşam daha da zor olacağından, evliliğini sürdürür.

Benzer bir ayırım, *"üyelik grubu"* ile *"atıf" (referans)* ya da *"özenme grubu"* kavramları arasında yapılmaktadır. Şöyle ki, bir kimse A grubunun üyesi iken, B grubu-

[1] Dittes ve Kelley "beklenti düzeyi"ni karşılaştırma düzeyi olarak tanımlamıştır. Burada kastedilen beklentiyle karşılaştırma olduğu için biz buna kısaca "beklenti düzeyi" diyoruz.

nun üyesi olmayı isteyebilir, B grubunun değer ve normlarını benimseyebilir. Bu durumda, A grubu onun hem beklenti, hem de diğerleriyle karşılaştırma düzeylerinin altındadır. Böyle bir üye, ancak zorunlu olduğu sürece A grubunda kalır. İlk fırsatta A'dan çıkıp B'ye girmeye çalışır. A'da kaldığı sürede de, A grubunun normlarına fazla uyma davranışı göstermez.

b) Grubun bireyin tutum değişimine etkisi

Grup, üyelerinde tutum değişimini arttırabilir de engelleyebilir de. Araştırmalar göstermiştir ki, eğer bu tutum değişimi grup normu doğrultusundaysa, grup bunu arttırıcı rol oynar; ama grup normuna ters düşüyorsa, grup bu tutum değişimini engelleyici rol oynar.

Grubun, kendi normuna ters düşen doğrultuda bir tutum değişimini engellemesine örnek olarak Kelley ve Volkart'ın (1952) yaptığı çalışmayı gösterebiliriz. Bu çalışmada, izci çocuklar denek olarak kullanılmıştır. Önce hepsinin izcilik konusundaki tutumları ölçülmüştür. Daha sonra deneklere bir konferans verilmiş ve özetle, zamanımızda izciliğin önemini kaybettiği, gençlerin tabiatı daha iyi tanımak yerine şehirlerdeki olanakları denemelerinin onların gelişimine daha yararlı olacağı anlatılmıştır. Etkileyici iletişimden sonra yapılan ikinci tutum ölçümünde çocukların pek çoğunun izcilik hakkında olumlu tutumlarını değiştirmediği görülmüştür. Bu çocuklar, üyesi bulundukları izci grubunun normlarına ters düşen propagandaya karşı direnç göstermişlerdir. Özellikle, gruplarına çok değer veren çocukların eski tutumları daha da kuvvetlenmiştir. Gruplarına diğerleri kadar değer vermeyenlerin tutumları ise, ya hiç değişmemiş ya da izciliğin yararlı olduğu konusundaki tutumlarında çok az bir zayıflama görülmüştür.

Kelley ve Woodruff'un (1956) yaptığı başka bir çalışmada ise denek olarak üniversite öğrencileri kullanılmıştır. Deneklere bir konuşma teypten dinletilmiştir. Deneklerin bazılarına konuşmanın sonunda duyulan alkış seslerinin yine kendi gruplarına benzer üniversite öğrencilerinden geldiği, diğerlerine ise bu alkışların farklı bir grup dinleyiciden (diğer bir deyişle, kendilerine benzemeyen kimselerden) geldiği söylenmiştir. Araştırmanın bulgusu, alkışların kendilerine benzeyen kişilerden geldiğini sanan deneklerin çok daha fazla tutum değişimi gösterdikleri, yani propagandayı daha fazla kabul ettikleridir. Burada, kişinin kendi grubuna benzer grupların normlarının da kendi grubununkilere benzediğini varsaydığı görülüyor.

İkinci Dünya Savaşı sırasında Lewin'in (1943) yaptığı uygulamalı bir klasik araştırma da bu konuda aydınlatıcıdır. Bu araştırmada denek olarak ev kadınları kullanılmıştır. Amaç, savaş yıllarında besin maddelerinin muhtemel azalmasına karşı önlem olarak kişileri alıştıklarının dışında besinleri yemeğe ikna etmektir. Deneklere sakatat adı verilen iç organların da yenebileceği, bunların besleyici yönden zengin olduğu ve bunlardan lezzetli yemekler yapılabileceği anlatılmıştır. Fakat denekler iki gruba ayrılmış ve gruplara yöneltilen iletişim için iki farklı teknik kullanılmıştır. Gruplardan birine bir beslenme uzmanı konferans vermiştir. Diğer grupta ise aydınlatıcı kısa bir

konuşma yapıldıktan sonra grup tartışması açılmış ve tartışma sonunda grup bir karara varmıştır. Altı ay sonra yapılan takip araştırmasında konferans grubundaki ev kadınlarının sadece % 3'ünün evlerinde bu tür yemekleri yaptıkları, tartışma grubundaki ev kadınlarının ise % 32'sinin iletişime uygun hareket ettikleri görülmüştür.

İki gruptaki davranış değiştirme oranlarının bu denli farklı olması yine grup faktörüne bağlanabilir. Konferans grubundaki denekler, diğer dinleyicilerin tutumlarını değiştirip değiştirmediklerini bilmediklerinden evlerine döndüklerinde bu etleri yemek istemeyen aile halkına karşı tek başlarına kalmışlar ve Amerika'da genel bir tutum olan bu tür etleri yememe tutumuna, yani kendi eski tutumlarına yeniden geri dönmüşlerdir. Tartışma grubundakiler ise deneyden sonra kendi evlerinde karşılaştıkları karşıt propagandaya kendilerinin tutumlarını paylaşan grubun desteğini arkalarında hissettikleri için direnç gösterebilmişlerdir. Yine, grup desteğinin ne denli önemli bir etken olduğunu görüyoruz.

Lewin, bu sonucu grup tartışmasına ve grup kararına bağlamıştır. Penningston, Haravey ve Bassise (1958) grup tartışmasının kendi başına fazla önemli olmadığını, ancak grupta söz birliği oluşmasını sağladığı için önemli olduğunu bulmuşlardır.

Beyin yıkama denilen olgu da, grup faktöründen yararlanılarak gerçekleştirilir. Bu konuda, özellikle Kore Savaşı (1950-53) sırasında ve sonrasında yapılmış birçok araştırma vardır. Kore Savaşı'nda Çinlilerin, esir aldıkları askerlerin tutumlarında, hatta giderek dünya görüşlerinde yarattıkları değişim, sosyal psikologları bu konuda derinlemesine inceleme yapmaya zorlamıştır. Beyin yıkamada esas olarak yapılan, grubun yapısını bozarak kişileri yalnız (tek başlarına) bırakmak, dolayısıyla grup desteğinden yoksun kılmak ve daha sonra bu kişileri, inanmış oldukları değerlere zıt propagandaya tabi tutmaktır. Görülmüştür ki, grup desteğinden yoksun kalan savaş esirleri karşı tarafın değerlerini kolaylıkla kabullenebilmektedirler. Örneğin, Kore'deki esir kamplarında, er, subay ayırt etmeden bütün askerlere aynı elbise giydirilmiş, en alt kademedeki kişilere en büyük sorumluluklar verilmiş ve benzeri diğer tedbirlerle askeri hiyerarşi ve normlar yıkılarak grup yapısı ortadan kaldırılmıştır. Bu arada sürekli olarak yapılan propaganda, grubun dağılması ile gruptan soyutlanarak tek başına kalan korumasız esir üzerinde çok etkin olmaya başlamış ve Amerikalı askerlerin bir kısmı Çinlilerin değerlerini benimsemişlerdir.

Aynı yöntemle tutumları değiştirilmeğe çalışılan Türk askerlerinde ise bu sonuç sağlanamamıştır. Çinlilerin büyük gayretlerine rağmen, Türk askerleri grup yapısını korumuşlar ve yalnız birey haline gelmemişlerdir. Bunun sonucu olarak da grup desteğini kaybetmemiş ve propagandaya direnebilmişlerdir.

Bunun esas nedeni, Amerikalı askerlerde normlara daha çok *itaat* yolu ile uyma, Türklerde ise *benimseme* yolu ile uymanın söz konusu olmasıdır. Birbirleriyle çok yakın ilişkiler içinde olan Türk askerleri, askeri normları benimsemiş olduklarından, koşullar değişse bile yine kendi normlarına uygun davranış göstermişler ve grup yapısının devamını sağlamışlardır. Başka bir deyişle, Türk askerleri için, subaylarıyla baba-oğul ilişkisini andıran yakın bağlar sanki doğal bir aile grubu (birincil grup) oluşturduğundan, dış etkenlerle bunu bozmak kolay olmamıştır. Amerikalı askerler için

ise görev grubu (ikincil grup) söz konusu olduğundan bu grup daha kolaylıkla bozulabilmiştir.

c) Grubun bireyin verimliliğine etkisi

Grubun bireyin verimliliği üzerine olan etkilerini, gruplarda bireylerin yapabilecekleri işlerin türlerini anlatmakla başlayacağız. Hangi tür işlerde bireylerin, hangi tür işlerde grupların başarılı olma şansının daha yüksek olduğunu anlamaya çalışacağız. Daha sonra grubun bireyin verimliliği üzerindeki iki etkisini (sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarma) inceleyeceğiz.

Steiner (1972, 1976) gruplarda yapılan işleri dört farklı grupta toplamıştır. İlk grupta topladığı iş türleri, gruptaki her üyenin katkılarının birleşmesi sonucu ortaya çıkan işlerdir. Örneğin, ağır bir eşyayı kaldırırken, bir gruba verilmiş bir dönem ödevi yaparken veya ortaklaşa yemek yaparken, gruptaki her üyenin yaptıkları birbirine eklenir ve sonuç oluşur. Sonucun iyi olup olmaması, herkesin kişisel çabasına ve bu çabaların ne kadar iyi koordine edildiğine bağlıdır.

Steiner'in ikinci grupta topladığı iş türleri, bütün üyelerin katkılarının ortalamasının alınarak sonuca varıldığı iş türleridir. Bir grup ekonomisti bir arada düşünün ve hepsi gelecek senenin enflasyon oranı ile ilgili tahminlerde bulunsun. Aşağı yukarı bir fikir edinebilmek için grupta yapılan tahminlerin ortalamasının alınması faydalı olacaktır. Böylece fazlasıyla olumlu olanlarla, fazlasıyla olumsuz olanlar birbirini götürür ve ortalama bir fikir elde edilebilir.

Üçüncü grup işlerde, grubun en iyi üyesinin performansı grubun tümünün performansını belirler. Örneğin, TÜBİTAK sınavlarına giden bir grup lise öğrencisini düşünelim. Sınavlara grup olarak katılmalarına rağmen, gruptaki bir öğrencinin verilen problemi çözmesi grubun tümünün başarılı olmasını sağlar. Diğer üyelere sadece problemin çözümünün doğru olup olmadığını kontrol etmek düşer.

Son olarak, grubun başarısının grubun en zayıf üyesinin performansıyla belirlendiği işler gelir. Gruptaki üyeler bir kişi dışında çok iyi olsa bile, bu çok anlamlı olmayabilir. Örneğin, birlikte tırmanan bir grup dağcı birbirlerini beklemek zorunda oldukları için, ancak grubun en yavaş tırmanan üyesinin hızında ilerleyebilir.

Grupların yapabileceği farklı tür işleri gördükten sonra kendimize şu soruyu sorabiliriz: İşlerin türüne göre insanlar yalnız başlarına mı yoksa gruplar halinde çalışarak mı daha başarılı olurlar? Grupların ve bireylerin başarılı olup olmamalarını belirleyen birçok etmen vardır. Burada bunlardan sadece iş türünün etkisini ele alacağız. Kabaca, yukarıda belirlediğimiz birinci ve ikinci türdeki işlerde grupların bireylerden genellikle daha başarılı olduklarını söyleyebiliriz. Üçüncü grupta tanımladığımız türdeki işlerde, gruplar bireylerden daha başarılı olma eğilimi gösterirler, çünkü başarı büyük ölçüde, gruptaki en iyi kişi tarafından belirlenir. Steiner'in son grupta topladığı türde işlerde ise bireyler gruplardan daha başarılı olurlar, çünkü böylece gruptaki en zayıf üyeye bağımlı olmaktan kurtulurlar.

Grubun başarısı, yapılan işin türünden başka, gruptaki üye sayısına da sıkı sıkıya bağlıdır. Steiner'in ilk grupta topladığı iş türlerini düşünürsek, üye sayısı arttıkça, toplanacak katkıların da sayısının arttığını ve bunun grubun performansı açısından olumlu olacağını düşünebiliriz. Oysaki araştırmalar grup performansının, üye sayısı arttıkça bir noktaya kadar yükseldiğini, ancak o noktadan sonra düşüş gösterdiğini ortaya koymuştur (Littlepage, 1991). Üye sayısının artmasıyla, katkıların koordine edilmesi zorlaşmakta ve bundan dolayı motivasyon da düşmektedir. Demek ki, grubun yaptığı işin türü kadar gruptaki üye sayısı da performansı etkilemektedir.

Araştırmalarda grubun verimi ile grup üyelerinin cinsiyetleri arasındaki bağlantı da incelenmiş, kadınlardan oluşan gruplar mı yoksa erkeklerden oluşan gruplar mı daha yüksek verim gösterirler sorusuna yanıt aranmıştır.Yapılan çalışmalarda bu soruya net bir yanıt bulunamazken grup içi iletişimin cinsiyete göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Erkek grupları iş odaklı iletişim kurarken kadın gruplarında insan odaklı iletişimin önemli olduğu görülmüştür (Feldman, 2001).

Şimdi, gruplarda sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarma olgularını inceleyelim.

i. Sosyal hızlandırma

Bu bölümün başında grup olgusuna örnekler verirken, bir kimsenin kendi kendine yaptığından daha fazlasını grup içinde yapmasından söz etmiştik. Grup araştırmalarının gelişmesi kısmında da belirttiğimiz gibi, bu olgu, gruplarla yapılan ilk deneysel araştırmalardan beri (Triplett, 1897; Moede, 1920; Allport, 1920; Travis, 1925; Dashinell, 1930) gözlenmiş ve Allport tarafından *sosyal hızlandırma* olarak tanımlanmıştır. Daha sonra yapılan araştırmalar da (Zajonc ve Sales, 1966; Martens, 1969 gibi) aynı bulguyu ortaya koymuştur.

Hayvanlarla yapılan bazı araştırmalarda da benzer sonuçlar eldeedilmesi çok ilginçtir. Örneğin, Chen (1937) tek başına, ikili ve üçlü gruplar halinde çalışan karıncalardan üçlü gruptakilerin en fazla miktarda kum kazdıklarını gözlemiştir.

Bütün bu araştırmaların ve benzerlerinin ortak bulgusu, grup içinde bireyin, yalnız olduğundan daha fazla iş çıkardığıdır. Ancak, Zajonc'un belirttiği gibi insan ve hayvanlarla yapılan diğer bazı araştırmalar öğrenmenin grup içinde daha yavaş olduğunu bulmuşlardır. Örneğin, Allport (1924) grup halinde yapılan işin miktarının arttığını fakat kalitesinin azaldığını gözlemiştir. Ayrıca çeşitli zamanlarda yapılan başka araştırmalar da grubun *olumsuz* etkisini ortaya koymuştur.

Araştırmaların sonuçları tutarsız görünmektedir, yani grup içinde olmak, bazen bireyin verimini arttırmakta, bazen azaltmaktadır. Bu tutarsız durum, Zajonc tarafından (1965, 1966) ilginç bir şekilde yorumlanmış ve başka verilerle de desteklenmiştir. (örn. Hunt ve Hillery, 1972).

Bu kavramsal yorum şöyledir: Başka kimselerin varlığı, *kişinin güdülenmesini* ve *faaliyet düzeyini* arttırır. Böyle olunca, kişinin yapma eğiliminde olduğu (olası, baskın) tepkilerini yapma olasılığı artar. Böylece, kişinin yanlış yapma eğilimi varsa, grup içinde yanlış yapma olasılığı artacak; doğru yapma eğilimi varsa da, doğru işlem yapma olasılığı artacaktır.

Yukarıda sözü edilen araştırmaların bir kısmında basit bir kelime listesi ezberlemek, bir yazıdaki sesli harfleri işaretlemek, basit aritmetik işlemleri yapmak gibi, oldukça kolay olan ve doğru tepki eğiliminin baskın olduğu, kişinin cevapları iyi bildiği işlemler ölçülmüştür. Butür kolay işler, kişinin güdüsünün artmasından olumlu bir şekilde etkilenecek ve etrafında başkalarının olması kişinin verimliliğini arttıracaktır. Araştırma sonuçları da beklenilen yönde olup, sosyal hızlandırma olgusunu göstermiştir.

Bir kısım araştırmada ise problem çözümleri, kavramlaştırmalar gibi zor işlemler kullanılmış ya da deneklerin yeni bir şey öğrenmeleri istenmiştir. İnsan yeni bir şey öğrenirken ya da zor bir problemi çözerken yanlış yapma olasılığı yüksektir. Başkalarının ortamda hazır bulunması ise güdülenmeyi ve faaliyet düzeyini arttırınca, baskın olan yanlış yapma olasılığını da arttıracaktır. Veriler de bu yöndedir.

Hem insanlarla hem hayvanlarla yapılmış olan araştırmalar, bu yorum çerçevesinde anlamlı ve tutarlı olmaktadır. Bu yoruma dayanarak zor bir konuyla uğraşan öğrenciye şu pratik öneride bulunulabilir: Zor dersi kendi kendine çalışmak ve sınava, başkalarının yanında, hatta izleyicilerin önünde girmek yararlıdır. Eğer baştan iyi çalışıp konuyu tam olarak öğrenmişse, başarısı tahmininin üstünde olacaktır (Zajonc, 1965).

Araştırmaların Zajonc'un hipotezini desteklediğini belirttik. Bu araştırmalarda, grup içinde olmanın kişide güdülenmeyi arttırdığı görülmektedir. Acaba bu ne tür bir güdülenmedir?

Grup içinde yarışma duygusunun arttığı düşünülebilir. Başkalarının varlığı, gerçek bir yarışma durumu olmasa bile, yarışmaya alışmış bir kişide yarışma duyguları yaratabilir.

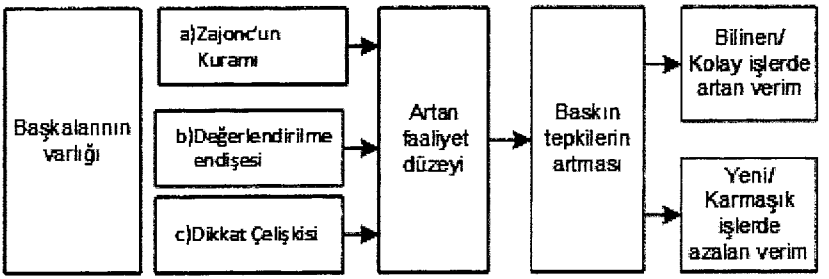
Daha önemle söz konusu olabilecek bir diğer duygu, kişinin *başkaları tarafından değerlendirileceğini* düşünmesidir. Örneğin, Cottrell ve arkadaşları (1968) araştırmalarında deneklerin yanında ya onları seyreden ya da gözleri kapalı kimseler bulundurmuşlar ve ancak seyredenlerin bulunduğu durumda deneklerin baskın tepkilerinin arttığını gözlemişlerdir. Başka araştırmalar da deneklerin etraftakiler tarafından değerlendirileceklerini zannettikleri durumlarla, değerlendirmenin söz konusu olmadığını zannettikleri durumları karşılaştırmışlardır. Bütün bu araştırmalar, değerlendirilme söz konusu olduğu zaman sosyal hızlandırma olgusunun oluştuğunu bulunmuştur.

Ancak, hayvanlarla yapılan deneyler başkaları tarafından değerlendirme endişesininsosyal hızlandırmayı açıklamada her zaman söz konusu olmadığını ortaya koymuştur. Çünkü maymunlardan tavuklara kadar hayvanlar da kendi türlerine ait bireylerin yanında sosyal hızlanma sergilemişlerdir (Feldman, 2001, Visalberghi, Valente ve Fragaszy, 1998). Hayvanların değerlendirilme gibi bir endişeye sahip olmaları söz konusu olmadığına göre, değerlendirilme kavramının bu olguyu tek başına açıklayamadığı gözükmektedir. Yine de söz konusu insanlar olduğunda, değerlendirilme endişesi geçerliliğini koruyan bir kuramdır.

Sosyal hızlanmanın nedeni üzerinde duran bir diğer kuram da *dikkat çelişkisi* kuramıdır. Bu kuram da artan faaliyet düzeyi ile ilgilidir. Bu kurama göre başkalarının

yanında artan faaliyet düzeyinin nedeni, kişinin dikkatini bir taraftan ortamda bulunan kişilere ve bir taraftan da yapılması gereken işe vermesi söz konusu olduğunda yaşadığı zorluktur. Yani dikkat etrafta bulunanlar ve yapılmakta olan iş arasında bölünür ve bu durumun yarattığı çelişki, kişinin faaliyet düzeyini arttırır. Sonuç olarak baskın tepkilerde artma, baskın olmayan tepkilerde azalma gözükür (Feldman, 2001). Şekil 9.1'de sosyal hızlandırma kuramlarını ve etkilerini inceleyebilirsiniz.

Şekil 9.1
Sosyal Hızlandırma Kuramları



Sosyal hızlandırmanın ayrıntılarını ve nasıl oluştuğunu ele aldıktan sonra, kişinin grup tarafından çeşitli şekillerdeki etkilenişini, bu kavram yardımıyla artık daha kolayca anlayabiliriz. Bu kısımdan önce ele aldığımız Grubun Bireye Normatif Etkisi ve özellikle Grubun Bireyin Tutum Değişimine Etkisi kısımlarında sözünü ettiğimiz bazı araştırma bulgularının kısmen sosyal hızlandırma sonucu ortaya çıkmış olduğunu düşünebiliriz.

ii. Sosyal kaytarma

Sosyal hızlandırma konusunda grup içindeki bireyin, yalnız olduğundan daha fazla iş çıkardığını gösteren araştırmalardan söz ettik. Ancak, bir grupta yer almak, bireyin başkalarının çabasına sırtını dayayarak elinden geleni yapmamasına da neden olabilir. Özellikle grupta bulunan insanların emeklerinin toplamı sonucu ortaya bir işin çıkarılacağı durumlarda[2] işten kaytarma meydana gelebilir. Birden çok kişinin emeğinin geçtiği bir işte, kimin ne ölçüde katkıda bulunduğunu saptamak o kadar kolay olmaz. Bu durum, bazı kişilerin "başkaları nasıl olsa yapıyor, benim yapmama ne gerek var?" şeklinde düşünmesine neden olabilir. Buna *sosyal kaytarma* denir.

Grup içinde sosyal kaytarmanın oluştuğunu gösteren birçok araştırma vardır. Örneğin, Latane, Williams ve Harkins (1979) tasarladıkları bir deneyde, erkek öğrencilerden ellerini çırparak mümkün olduğu kadar çok gürültü çıkarmalarını isterler. De-

[2] Daha önce belirttiğimiz Steiner'in birinci grupta topladığı türden işlere örnek olan durumlarda. Bu tür işlerde grupların bireylerden daha iyi performans gösterdiğini söylesek de, sosyal kaytarma bu duruma bir istisna oluşturmaktadır.

nekler, yalnızken, iki, dört ve altı kişilik gruplardayken ellerini çırparak gürültü çıkarırlar. Sonuçta görülen şudur: deneklerin yalnızken ellerini çırparak çıkardıkları ses, iki, dört ve altı kişilik gruplarda çıkardıkları sesten çok daha fazladır. Gruptaki kişi sayısı arttıkça, deneklerin her birinin çıkardığı gürültü azalmıştır; başka bir deyişle, deneklerin ellerini çırparak gürültü yapmak için harcadıkları çaba azalmıştır.

Bu konuda yapılan başka araştırmalar, sosyal kaytarmanın bireyci kültürlerde oldukça genellenebilir bir olgu olduğunu gösterirken, toplulukçu kültürlerde bu olgunun tam tersinin gözlendiği araştırmalar vardır. Batıda bu olguyla ilgili elde edilen sonuçlara ters düşen ilk bulgu Shirakashi'den (1984-85) geldi. Latane'ın araştırmasını Japon öğrencilerle tekrarlayan Shirakashi aynı sonuçları bulmadı. Benzer şekilde Gabrenya ve arkadaşları (1985), Amerikalı ve Tayvanlı okul öğrencilerinin yalnızken ve grup içinde çalışırken performanslarını ölçtüklerinde, Amerikalı öğrencilerin gruplarda sosyal kaytarmada bulundukları gözlenirken, Tayvanlı öğrenciler gruplarda daha yüksek performans göstermişlerdir. Earley (1989), Amerikalı ve Tayvanlı yöneticilerle yaptığı bir araştırmada yine sosyal kaytarma olgusuna ters bir bulgu elde etmiştir. Amerikalı yöneticiler gruplarda çalışırken sosyal kaytarma göstermişler, Tayvanlı yöneticiler ise gruplarda daha sıkı çalışmışlardır.

Diyelim ki, bir grup arkadaş, bir dostunuzun taşınmasına yardım edeceksiniz. Eşyaların asansörsüz bir evde 4. kattan aşağıya indirilmesi gerekiyor. Yardıma gelen herkes aynı sayıda ve ağırlıkta eşya taşır mı sizce? Herkes aynı enerjiyi harcar mı? Büyük olasılıkla hayır. Bazıları büyük ve ağır eşyaların nasıl olsa birileri tarafından taşınacağını düşünerek, az sayıda ve hafif eşyaları taşımayı tercih edebilir veya başkalarına göre daha sık ve uzun mola verebilir. Taşınma işi sonunda mutlaka biter ve kimin ne kadar eşya taşıdığı çok da belli olmaz. Bazı kişiler günü daha yorgun bitirirken, bazıları da orada bulunduklarını göstermekten daha ileriye gitmemiş olabilirler. Bu örnekte, işten kaytarmış olmak çok önemli sonuçlara yol açmayabilir, çünkü insanlar yardım etmeye genellikle kendi istekleriyle gelir. Ancak, bir iş ortamında, yerine getirilmesi gereken bir görevde, bazılarının diğerlerine göre daha çok emeğinin geçmesi, işin kalitesinin düşmesine, grup içi gerilimlerin oluşmasına vb. sorunlara neden olabilir.

Yalnız bu bulgu, toplulukçu kültürlerde her grup için geçerli değildir. Çin'de ve İsrail'de yapılan araştırmalarda (Early, 1989), iç grupla beraber çalışan insanların sosyal kaytarma davranışı içine girmediği, oysa dışgrupla yapılan işlerde bir miktar sosyal kaytarma gözlendiği ortaya çıkmıştır. Bu durum, toplulukçu kültürlerdeki insanların içgrup aidiyet duygularının daha güçlü olmasıyla açıklanabilir. Toplulukçu kültürlerin tipik özelliklerinden olan güçlü iç grup-dış grup ayırımı bu olguda da kendini göstermektedir. Yani kişinin önem verdiği ve kendini ait hissettiği gruba davranışı, pek yakın hissetmediği gruplara davranışından farklı olmakta ve bu fark toplulukçu toplumlarda daha belirginleşmektedir (Bu konu Bölüm 10, Sosyal Psikoloji ve Kültür bölümünde daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır).

İnsanlar neden sosyal kaytarma davranışı içine girerler? Öne sürülen bir açıklama, insanların grup içinde çalışırken harcadıkları çabanın gözden kaçacağını düşünmeleridir. Bunun sonunda, davranışları için kendilerini daha az sorumlu hissederler ve daha az çaba gösterirler (Harkins ve Syzmanski, 1989; Kerr ve Bruun, 1981). Grup çalışmalarında, kişilerin harcadığı çabanın azalması, kitabın ikinci bölümünde "Laboratuvar Deneyi" başlığı altında örnek olarak verilen "toplum içinde sorumluluğun dağılması" sürecinde yaşanana benzer bir olgudur. Özellikle aciliyet içeren durumlarda olaya tanık olan kişilerin "nasıl olsa başka biri gerekeni yapıyordur" düşüncesinden yola çıkarak bir şey yapmamaları anlamına gelen *toplum içinde sorumluluğun dağılması* kavramı, sosyal kaytarma kavramına benzer.

Sosyal kaytarma, kişilerin grup içindeki çabalarının saptanamayacağı inancından ileri geliyorsa, bunu önlemenin bir yolu grup içinde herkesin ne yapıp yapmadığının saptanabilir hale getirilmesidir. Örneğin, Williams, Harkins ve Latane (1981) yukarıda sözünü ettiğimiz deneylerinde, bir grup öğrenciye grup içinde ne kadar kuvvetli el çırptıklarının ölçüleceğini söylüyorlar. Diğer gruptaki öğrenciler ise ne kadar kuvvetli el çırptıklarının ölçülmeyeceğine inanıyorlar. Bu araştırmada, ne kadar kuvvetli el çırptıklarının ölçüleceğine inanan deneklerde performans düşüklüğü gözlenmemiştir. Bu bulgu bize gösteriyor ki, insanlar ne kadar emek harcadıklarını gizleyemedikleri zaman, işten kaytarmayı da göze alamıyorlar.

Sosyal kaytarmayı önlemenin ikinci bir yolu da, grup üyelerinin başarılı olmayı bir değer olarak önemsemelerini sağlamaktır. Grup içinde çok çalışmayı önemseyen bir norm olması sosyal kaytarmaya olan eğilimi azaltabilir. Hatta grubun büyüklüğü arttıkça, bu normun baskısı artabilir ve bireylerin daha çok çalışmasına yol açabilir. Üçüncü bir yol da, her grup üyesinin, kendisini ve grubun tümünü belli standartlar ışığında değerlendirebilmesine olanak sağlamaktır. (Harkins ve Szymanski, 1988). Başka bir deyişle, sosyal kaytarma sadece kişilerin, ne kadar katkıda bulunduklarının saptanamadığına inanmalarından dolayı değil, katkılarının ne kendileri ne başkaları tarafından değerlendirilmeyeceğini düşünmelerinden de kaynaklanabilir. Örneğin, bir firmada çalışan bir kişinin aldığı maaş o kişi az da çalışsa çok da çalışsa aynı kalıyorsa, kişi "neden çok çalışayım ki, nasıl olsa maaşımda bir değişiklik olmuyor, ne kadar çalıştığım kimsenin umurunda değil" diye düşünebilir. Oysa gösterdiği performansın değerlendirmeye tabii tutulacağını bilen bir kişi, yüksek ve düşük performansın neler getirip götüreceğini de bilir ve ona göre davranır.

Sosyal kaytarmayı azaltmak için uygulanabilecek bir diğer yöntem de *gruptan dışlama*dır. Bu yöntemin etkinliği kadın ve erkeklerde farklılık gösterir. Kadınlar grup dışına çıkarılırlarsa kendi davranışlarını ve yeteneklerini açıkça sorgularlar ve üstün verim göstermeleri halinde gruba geri dönebilecekleri söylendiğinde, gruba geri dönmek için çaba harcarlar. Erkekler ise gruptan dışlandıklarında bu durumu daha çok kendi seçimleriymiş gibi algılama eğilimindedirler. Bu tarz savunma mekanizmaları sayesinde erkekler gruptan gelecek olumsuz tepkilerden daha az etkilenirler ve sosyal kaytarmacılık yapma ihtimalleri daha fazladır (Franzoi, 2006).

iii. Sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarmanın birlikte incelenmesi

Sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarmanın birbirinden tamamen farklı iki olgu olduğu izlenimini edinmek mümkündür. Oysaki Sanna (1992)'ya göre bu iki olgu, Bandura'nın (1986) *kişisel etkinlik kuramı* çerçevesinde anlaşılabilir. Bu kuramda insan güdülerinin iki türlü beklenti tarafından belirlendiği öne sürülüyor: 1) kişisel etkinlik beklentisi (kişinin belli bir işi başarabileceğine dair beklentisi; kendini ne kadar yeterli gördüğü), 2) sonuç beklentisi (belli bir davranış veya çalışmanın belli sonuçlar getireceği inancı). Şimdi, bu beklentilerin sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarma olgularıyla nasıl bir ilişkisi olduğuna bakalım. Sanna, aradaki ilişkiyi şu şekilde kuruyor: Yüksek sonuç beklentisiyle birlikte oluşan yüksek kişisel etkinlik beklentisi, olumlu değerlendirme beklentilerini artırır. Bu koşullar altında performans artar. Başka bir deyişle, kişiler bir işte başarı göstereceklerine inanırlar ve bu durumun iyi sonuçlar getireceğini düşünürlerse, daha fazla çalışırlar. Oysa yüksek kişisel etkinlik beklentileri olan kişiler bir taraftan da düşük sonuç beklentisi taşıyorlarsa, olumlu değerlendirme beklentisi oluşmaz ve bu koşullar altında performans düşer.

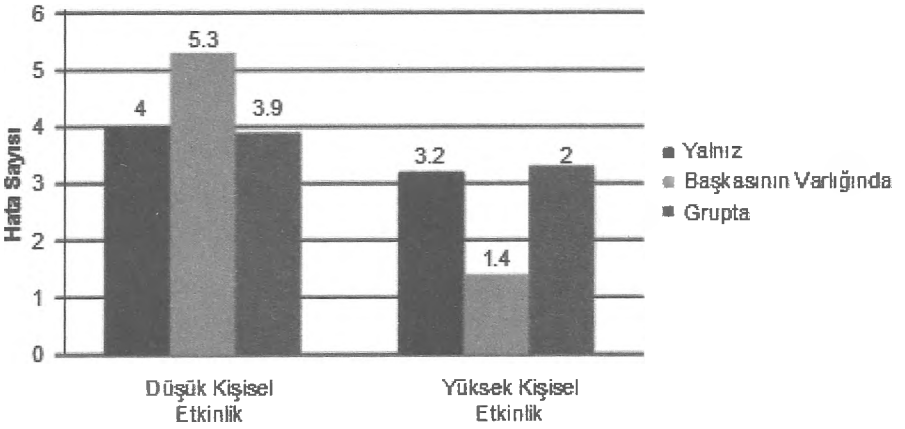
Bu öngörüleri sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarma olgularını anlamak için kullanalım. Sosyal hızlandırmayı ele alırsak, kişisel etkinlik beklentisi yüksek olan kişi, başkalarının varlığında yalnız olduğu zamanlara oranla daha yüksek performans gösterecektir, çünkü başkalarının varlığı sonuç beklentisini de yükseltir. Başkaları kişinin gösterdiği yüksek performansı görür ve takdir ederler. Kişisel etkinlik beklentisi düşük olan kişi ise yalnız olduğu zaman daha iyi çalışır; çünkü başarısız olabileceğini düşündüğü için, başkalarının varlığında sonuç beklentisi düşük olur (başkaları onu olumsuz değerlendirebilir).

Sosyal kaytarmayı ele alırsak, kişisel etkinlik beklentisinin yüksek olduğu durumlarda, gruplarda çalışan kişiler, yalnız çalışan ya da başkaları tarafından gözlenen kişilerden daha az performans gösterirler. Çünkü grup içinde gösterilen kişisel çabalar fark edilmeyecek ve bu yüzden sonuç beklentisi düşecektir. Öte yandan, kişisel etkinlik beklentisi düşük olduğunda, grup içinde çalışan kişiler, yalnız çalışan veya başkaları tarafından gözlenen kişilere oranla daha yüksek performans gösterirler.

Sanna (1992) bu öngörülerin doğruluğunu sınamak için bir deney tasarlamıştır. Bu deneyde, denekler bir görsel dikkat testine sokulmuş ve onlardan bilgisayar ekranında bir kare gördükleri anda kırmızı bir düğmeye basmaları istenmiştir.

Denekler bu teste sırasıyla yalnız başlarına, başka birinin varlığında (o kişi tarafından gözlenirken) ve iki kişilik bir grubun üyesi olarak girmişlerdir. İki kişilik grupta her bir deneğin bireysel performans düzeyi ölçülememekteydi. Sanna'ya göre bu koşullar sırasıyla düşük, yüksek ve düşük sonuç beklentisi yaratacaktı. Ayrıca deneklerden asıl test başlamadan önce, başka bir test yapmaları istenmiş ve bu testin sonucunda her deneğe iyi veya kötü bir puan geribildiriminde bulunularak deneklerin kişisel etkinlik beklentileri yapay olarak düşürülmüş veya çıkarılmıştır.

Şekil 9.2
Kişisel Etkinlik Beklentisi



Deneyin sonuçları Sanna'nın beklentilerini doğrulamıştır. Şekil 9.2'de de görüldüğü gibi, kişisel etkinlik beklentisi yüksek olduğunda, denekler başka birinin varlığında, yalnız başlarına veya grupta gösterdikleri performanstan daha yüksek performansa ulaşmışlardır (hata sayısı daha azdır). Kişisel etkinlik beklentisi düşük olduğunda denekler grupta ve yalnız başlarına, başkasının varlığında gösterdikleri performanstan daha yüksek performansa ulaşmışlardır. Bu bulgulara göre sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarmayı anlamak için, kişilerin bir işi başarma kapasiteleri ile ilgili beklentileriyle yaptıklarının nasıl değerlendirileceğine ilişkin beklentilerini dikkate almak gerekir. Genel olarak insanlar, olumlu bir değerlendirme öngördüklerinde ve başaracaklarına inandıklarında üst düzeyde bir çaba gösterirler ve yapabileceklerinin en iyisini yapmaya çalışırlar. Bu beklentilerin düşük olduğu koşullarda hem çaba hem de başarı düşer. Bütün bu bulgulara bakarsak, sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarma birbirinden ayrı değil, tam tersine birbiriyle son derece ilişkili iki olgu olarak ortaya çıkmaktadır.

Grup Yapısı ve Süreci

Bundan önceki kısımlarda grup dinamiğini inceledik, yani grubun etkilerini ve bu etkilerin hangi mekanizmalarla ortaya çıktığını ele aldık. Bu kısımda da grubun yapısını ve grup sürecini inceleyeceğiz.

Etrafımızdaki grupları göz önüne getirelim. Aralarında birçok benzerlikler ve farklılıklar belirecektir. Örneğin yeni kurulan bir arkadaş grubundaki iş bölümü, statüler, norm ve beklentiler, haberleşme (iletişim) örüntüsü bir devlet dairesindekilerden çok farklıdır. Bu iki grubu karşılaştırdığımızda, göze çarpan en önemli fark, devlet dairesinde arkadaş grubundakinden daha belirgin ve yerleşmiş bir grup yapısı olmasıdır.

Grup yapısı nedir? Bu soruya çeşitli şekillerde cevap verilebilir, çünkü grup yapısı karmaşık bir kavramdır. Bu kavramın içine grubun tüm düzeni girmektedir. Bu düzen, grup içindeki iş bölümü, statü farklılıkları, iletişim örüntüleriyle, kurallar ve rol ilişkileri gibi normatif beklentileri kapsar. Bazı ele alışlara göre de grup yapısı, "birbirine kenetlenmiş pozisyon" (mevki) ve roller sistemidir (Newcomb, 1950; McGrath, 1964: 69). Her iki tanımda da üstünde önemle durulan nokta, grubun düzenli bir ilişkiler sistemi olduğudur.

Devlet dairesi ile arkadaş grubuna dönecek olursak, devlet dairesinde kimden kime bilgi iletişimi olacağı, kimlerin hangi mevkilerde olduğu, bu mevkilere ilişkin statüler ve rol beklentilerinin ne olduğu, nasıl bir iş bölümü bulunduğu, karar verme mekanizmasının ne olduğu vb. ilişkiler örüntüsü bilinir. Özellikle yeni oluşan bir arkadaş grubunda ise bu yapısal özelliklerin çoğu söz konusu değildir. Ancak, eğer bu arkadaş grubu söz gelimi sınıfta bir proje çalışması üstlenirse ve bir süre bu proje üstünde grup halinde çalışırsa, yukarıdaki yapısal özelliklerin bazıları bu grupta da belirmeye başlayabilir. Örneğin, bir iş bölümü, belirli bir iletişim örüntüsü, statü ve rol farklılaşması görülebilir.

Demek ki, gruplar yapıları bakımından farklılıklar gösterdiği gibi, bir grup da zaman içinde yapısal değişme gösterebilir.

Grup yapısı çeşitli açılardan incelenmiştir. Örneğin, grubun iş yapısı; güç (erk) yapısı, arkadaşlık yapısı ile iletişim yapısı incelenmiştir. Biz burada bunlardan sonuncusunu ele alarak inceleyeceğiz. Bu seçmeyi yapmamızın temel nedeni bu konuda yapılan çok sayıdaki araştırmanın kavramsal gelişmeye önemli katkıları bulunması ve liderlik kuramlarını daha iyi anlamamıza yardımcı olmalarıdır.

a) İletişim yapısı

Birbirleriyle konuşan insanların oluşturduğu bir grubun bir süre gözlemini yaparsak, bazı grup üyelerinin diğerlerinden daha fazla konuştuğunu, bazılarının ise çok daha az konuştuğunu görürüz. İletişimin miktarı bakımından üyelerin gösterdiği bu farklılık bütün gruplar için söz konusudur.

İletişim örüntüsü de gruptan gruba değişebilir. Örneğin bir arkadaş grubunda herkes herkesle konuşabilir. Bütün iletişim kanalları açık olduğu için bilgi alışverişi kolaylıkla oluşur. Bir devlet dairesinde ise, bilgi alış verişi ancak belirli iletişim kanalları aracılığıyla yapılabilir ve belirli merkezlerde bilgiler toplanır. Tahmin edilebileceği gibi, çeşitli iletişim örüntüleri grubun etkinliği ile de ilişkili olacaktır.

Grubun etkinliğini belirleyen bir etken olarak 'grup içi iletişim' örüntüsünü inceleyen Leavit (1951) bu konuda yaptığı çalışmada dört ayrı iletişim örüntüsünün uygulandığı beşer kişilik dört çalışma grubu oluşturulmuştur.

Daire'de *her* denek kendisine en yakın oturan iki denekle haberleşebilmekte ve diğerlerinden gelen ilgili bilgileri yine onlar vasıtasıyla alabilmektedir. Zincir, uçta kalan iki kişinin yalnızca birer denekle haberleşebilmeleri bakımından daire'den farklıdır. Y'de üç ayrı denekle haberleşebilen bir deneğin bulunması en belirgin özelliktir.

Tekerlekte ise diğer bütün deneklerle haberleşme olanağı olan bir merkezi kişi vardır ve deneklerin bu merkezi kişi dışında başka bir kimse ile haberleşme olanağı yoktur.

Leavitt bu grupları faaliyet, başarı ve deneklerde yarattığı tatmin yönünden karşılaştırmıştır. Dört iletişim örüntüsünden temel olanüçü için verilen bilgileri Tablo 9.2'de özetleyelim.

Tablo 9.2
Grup İçi İletişim Örüntüleri ve Özellikleri

Hız	Yavaş	Hızlı	Çok Hızlı
Doğru Problem Çözümü	Zayıf	İyi	Çok İyi
Organizasyon (Düzen, Örüntü)	Durağan, bir organizasyon yok	Yavaş gelişen, durağan bir organizasyon	Hemen gelişen durağan organizasyon
Lider Belirmesi	Yok	Belirli	Çok Belirli
İşteki Ani Değişikliklere Uyum	Çok İyi	Zayıf	Zayıf
Moral	İyi	Düşük	Çok Düşük

En çok faaliyet, daire örüntüsünde görülmektedir, fakat en az başarılı olan grup yine dairedir. Herhangi bir ayırım olmaksızın bütün üyelerinde en çok tatmin yaratan da daire örüntüsüdür.

Tekerlek için ise yukarıdakilerin tam tersi bulgular elde edilmiştir. Faaliyetin en az, başarının en çok olduğu ve merkezdeki kişi dışında, üyelerinde en az memnunluk yaratan bu örüntüdür. Zincir örüntüsü ise birbirine benzer ve daire ile tekerlek sonuçlarının arasında sonuçlar vermiştir.

Tekerlek'ten Daire'ye doğru gidildikçe artan oranda hata yapılmış ve daha çok faaliyet olduğu halde grubun organize olması daha çok zaman almıştır.

Ayrıca iletişim yapısı içinde deneğin bulunduğu yere bağlı olmak üzere grup içi farklılaşma ortaya çıkmış ve merkezdeki yere yerleştirilen kişi lider durumuna gelmiş, diğerleri ise takipçi olmuşlardır. Ancak, Daire'de iletişim örüntüsü de merkezileşme olmaması nedeniyle, üyeler arasında farklılaşma olmamış ve deneklerden hiç biri lider durumuna gelmemiştir.

İletişim yapıları içinde en başarılısının tekerlek olduğunu belirtmiştik. Ancak burada bir noktayı belirmekte yarar vardır. Tekerlekte tüm iletişim merkezdeki kişide

(liderde) tekelleştiğinden, bu kişinin yetenekli olması gerekir. Özellikle zor problemlerin çözümünde merkezdeki kişi yetenekli değilse, bilgi birikimi onun için fazla yüklü olacaktır. Bu durumlarda tekerlek örüntüsünün başarısı azalabilir.

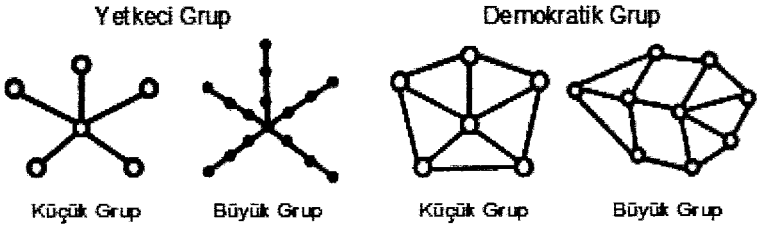
b) Yetkeci – demokratik grup yapısı

Yukarıda belirtilen iletişim yapısı farklılaşmalarının temelinde yatan etken "merkezileşme"dir. Görüldüğü gibi, daireden tekerleğe doğru gittikçe daha fazla merkezileşen bir düzen oluşmaktadır.

Merkezileşmeyle paralel olarak da lider oluşumunu görüyoruz. Şöyle ki, bir grup içinde merkezileşme söz konusu ise, en merkezi mevkide bulunan grup üyesi lider rolünü oynayacaktır. Ayrıca, merkezileşme arttıkça daha yetkeci bir grup düzeni; azaldıkça da daha demokratik bir grup düzeni söz konusudur. Bu bakımdan lidersiz daire en demokratik; kesin liderli tekerlek de en yetkeci bir grup düzenine sahiptir.

Yetkeci grup düzeninde lider iletişim örüntüsünün merkezinde olduğundan tüm iletişim ona yapılır ve üyelerin kendi aralarındaki serbest iletişim çok kısıtlanmıştır. Böylece üyeler arasında yakın kişisel ilişkiler gelişemez. Liderin orada olmaması halinde tüm düzen bozulur. Demokratik düzende ise üyeler arasında serbest iletişim olanağı bulunduğundan dolayı, kişisel ilişkiler gelişmesi olanağı da daha fazladır. Grup, lidere bağımlı değildir, lider olmadığı zaman da grubun çalışma düzeni bozulmaz. Şekil 9.3'te yetkeci ve demokratik grup düzeninde üyelerin iletişim yapısı ve arkadaşlık (sosyometrik) yapısı belirtilmiştir.

Şekil 9.3
Yetkeci ve Demokratik Grup



Demokratik ve yetkeci grup düzeni konusuyla ilk ilgilenen Kurt Lewin'dir. Bu konudaki ilk araştırma Lewin, Lippitt ve White tarafından 1939'da yapılmıştır. Bugün klasik olarak kabul edilen bu araştırmada, grup yapısının grubun etkinliğindeki rolü incelenmiştir.

Araştırmacılar, çocuklarla bir çalışma yapmışlardır. Denekleri üç ayrı çalışma grubuna ayırmışlar ve onları haftanın belirli günlerinde toplayarak, onlara el-işleri atöl-

yelerinde çalışma yaptırmışlardır. Gruplardan her birinin başına değişik tür bir yetişkin lider konularak her grup liderinin farklı türde davranması ve buna bağlı olarak grup yapısının da her grup için farklı olması sağlanmıştır.

Yetkeci liderin grubunda tüm kararlar lider tarafından verilmektedir. Diğer bir deyişle, neyin, ne zaman ve nasıl yapılacağını lider belirlemektedir ve çocuklar, liderin söylediklerini tartışmasız olarak kabul etmek zorundadırlar. Lider, çocukları, yaptıkları işin kalite veya miktarı gibi tarafsız kriterler yerine daha çok, tutum veya sosyal davranışları gibi kişisel özelliklerine göre ya da rastgele ödüllendirmektedir.

Demokratik liderin grubunda ise durum çok farklıdır. Lider, kararları kendisi vermez. Tartışma özgürlüğü içinde grup bir bütün olarak karar verir. Lider her üyenin düşüncelerini açıkça söylemesini olağan karşılar, üyeleri ödüllendirmekte ise tamamen tarafsız kriterler kullanır.

Üçüncü grubun başında serbest lider diye adlandırabileceğimiz bir lider bulunmaktadır. Bu grupta üyeler tamamen serbest bırakılmışlardır, lider işle ilgilenmez, çocuklar kendi başlarına çalışır. Kararlara liderin herhangi bir katkısı yoktur.

Bu araştırmada gruplar birbirleri ile üç farklı yönden karşılaştırılmışlardır.

a) Yapılan işin kalite ve miktarı,
b) Yapılan işin ve grubun, üyeleri ne derece tatmin ettiği,
c) Üyeler arası ilişkiler.

Yetkeci grupta yapılan iş, miktar olarak diğerlerinden fazla olmakla birlikte kalite yönünden o kadar üstün değildir. Üstelik liderin (araştırmanın bir gereği olarak) grubu yalnız bırakması halinde, yapılan iş miktarında büyük azalma olmaktadır. Üyelerin liderle olan ilişkilerinde pasif ve otoriteye boyun eğer olmakla birlikte, kendi aralarında geçimsiz ve saldırgan oldukları gözlenmiştir. Özellikle, liderin ayrılması durumunda birbirleri ile kavga etmektedirler ve her biri, lidere yaranabilmek için rekabet içindedir. Ayrıca çocuklar, bu çalışmadan memnun kalmamışlardır.

Demokratik grupta ise tam tersi bir görünüm vardır. Çıkarılan iş miktarı yetkeci gruba oranla daha az olmakla birlikte kalite yönünden daha üstündür ve liderin gruptan bir süre için ayrılması, işin ne kalitesinde, ne de miktarında bir değişiklik yaratmamıştır. Çocuklar, liderle olan ilişkilerinde daha rahat ve kendinden emin bir tutum içindedirler. Kendi aralarında da daha iyi geçindikleri ve birbirlerine yardımcı oldukları gözlenmiştir. Üstelik hepsi yapılan çalışmadan memnun olduklarını söz ve davranışları ile göstermişlerdir.

Serbest grupta çıkarılan iş diğer gruplara oranla hem daha az hem de daha düşük kalitelidir. Çocuklar kendi aralarında iyi geçinmedikleri gibi, yaptıkları işten de memnun kalmamışlardır. Liderin dışarı çıkması veya çıkmaması, bekleneceği gibi, hiç bir değişiklik yaratmamaktadır.

Bu çalışmada aynı zamanda deneysel olarak zorluklar yaratılmış ve grupların buna tepkileri de gözlenmiştir. Böyle engelleme durumlarında, otoriter grupta kargaşa baş göstermekte ve üyeler birbirlerini suçlamaktadırlar. Demokratik grupta ise, engelin bir an önce ortadan kaldırabilmesi için ortak çaba gösterildiği gözlenmiştir. İdeolojik yönden geniş yorumlara açık olan bu çalışma değişik ülkelerde tekrarlanmıştır. Daha

yetkeci bir kültürü olan Hindistan'da aynı sonuçlar bulunmamıştır. Demokratik grupta üyeler liderin bu tutumunu garip karşılamışlar ve Amerika'daki gözlemlerden farklı davranışlar göstermişlerdir. Yetkeci grup ise Amerika'da olduğundan daha başarılı olmuştur. Görüldüğü gibi kültürler arasında bu konuda farklılıklar vardır. Özellikle liderden yetkeci davranış beklenen kültürlerde, sonuçlar Lewin, Lippitt ve White'ın sonuçlarından farklı olacaktır. Örneğin, Hindistan'da daha sonra yetişkinlerle yapılan bazı araştırmalarda görülen şudur: Üyeler kendilerine fikir danışan lideri "demokratik" değil, "zayıf" bulmuşlar, ciddiye almamışlardır (J. B. P. Sinha, 1981). Türkiye'de de özellikle daha yetkeci ve hiyerarşik kurumlarda benzer bir durum söz konusu olabilir.

Kültürel etkenlerin yanında ortamsal etkenler de önemlidir. Şöyle ki, özellikle doğal afetler gibi tehlikeli ve belirsizlik içeren durumlarda yetkeci lider, demokratik lidere tercih edilebilir. Ani ve büyük sorumluluk taşıyan kararlar verilmesi gerektiği zaman, kişiler bu sorumluluğu paylaşmaktan çekinip, onu yüklenecek lideri tercih ederler. Bu durumlarda, kişiler isteyerek yetkeye boyun eğer.

Özet olarak genel bulgu, üyelerin beklentileri ile liderlerin davranışı ve grup yapısı bağdaşıyorsa grubun başarılı olduğudur.

Ayrıca, bireyler kişilik yönünden de farklılıklar gösterirler: Grubun başarılı olabilmesi için üyeler ile liderin kişilikleri uyum halinde olmalıdır. Örneğin, yetkeci kişilik yapısına sahip bireylerden oluşan bir grup, lider de yetkeci bir kişiliğe sahip ise daha başarılı olur, çünkü üyelerin liderden beklediği, yetkeci davranıştır.

c) Etkileşim süreci çözümlemesi ve liderlik oluşumu

Bales (1950; 1970) grup içi etkileşim sürecini, iletişimin içeriğini kategorilerle çözümleyerek incelemiştir. Bu araştırmalarda küçük çalışma grupları belirli problemlerin çözümü ile uğraşmışlardır. Bu arada grup içindeki tüm iletişim (konuşmalar, sorular, espriler, vb.) gözlemciler tarafından not edilmiştir.

Kullanılan kategorilere göre, gözlenen davranışlar önce duygusal ya da işle ilgili tepkiler olarak sınıflandırılmış; her biri için olumlu ve olumsuz tepkiler ayrılmıştır. Bales bu sistemi kullanarak grup sürecini incelemiş ve grup içinde liderin belirmesini araştırarak, liderlik konusunda kuram gelişimine katkıda bulunmuştur.

Liderlik konusuna geçmeden önce *Grup Süreci*'nden ne anladığımızı kısaca belirtmekte yarar vardır. Grup süreci, süregelen grup içi faaliyetlerdir. Bu faaliyetler, örneğin grubun amacına yönelik davranışlar ve bununla ilgili etkileşim örüntülerini kapsar.

Grup süreci şüphesiz çok karmaşık bir davranışlar bütünüdür. Bu bütünü analiz edebilmek için bir sınıflandırma sisteminin gerekliliği açıktır. Bales bu sınıflandırma sistemini kullanarak çok sayıda küçük grubun gözlemini yapmıştır. Bu araştırmaların amacı, grup sürecini ve etkileşimini çözümlemekti.

Bu araştırmalarda denekler tipik olarak benzer yaş, eğitim ve sosyoekonomik düzeye sahip erkek üniversite öğrencileriydi. Birbirlerine çeşitli özellikler bakımından

çok benzer olan bu deneklerin birbirlerini daha önceden tanımaması da gerekliydi. Beş kişilik bu gruplar çeşitli problemleri çözmek, bazı konuları tartışmak ve bir grup kararı vermek gibi bazı işleri yapmaktaydılar. Bu tür çok sayıda çalışma grubunun gözlemi sonucu *genel* bir sürecin ortaya çıktığı görülmüştür.

Bu süreci bir örnekle basitleştirerek ve adapte ederek anlatalım. Genellikle, bir grup çalışmaya başladıktan sonra bazı öneriler ileri sürülür; bunlar işle ilgili fikirlerdir. Üyelerden birinin, örneğin Ahmet'in çözüm için ileri sürdüğü fikri grup tarafından yararlı görülüp kabul edilebilir. Grup, Ahmet'in bu fikrini beğendiğini belirterek Ahmet'e olumlu tepki göstermiş, onu ödüllendirmiştir.

Psikolojideki en genel davranış ilkelerinden birini hatırlayalım: Ödüllendirilen davranış tekrarlanacaktır. Yani Ahmet tekrar işle ilgili bir fikirle ortaya çıkacaktır. Ancak Ahmet'in böyle devamlı olarak gruba fikir önerilerinde bulunması grup tarafından bir müddet sonra artık hoş karşılanmayabilir. Grup üyeleri birçok bakımlardan "eşit" oldukları için, Ahmet'in bu davranışları kendisini diğerlerinden üstün görüyor izlenimini verecektir. Bundan ötürü, grup bu sefer Ahmet'e olumsuz tepki gösterecektir. Örneğin, grubun bir üyesi, hep Ahmet'in konuştuğunu, diğerlerine de söz hakkı tanınması gerektiğini belirtebilir. Ya da buna benzer başka bir olumsuz tepki belirebilir. Bu, Ahmet'e olumsuz tepki (ceza) olduğundan onun işle ilgili davranışını durduracak, fakat aynı zamanda da grupta gerginlik yaratacaktır.

Burada gene genel bir ilke söz konusu olmaktadır. O da grup içinde olumlu tepkilerin olumsuz tepkilerden fazla olması gereğidir. Grup ancak bu durumda olumlu bir ortam oluşturur. Aksi halde, grup içi olumsuz tepkiler arttıkça gerginlik artar ve grubun bir grup olarak bir arada kalabilmesi tehlikeye düşer. Bu bakımdan grupta beliren gerginliğin giderilmesi ve olumlu tepkilerin tekrar ön plana çıkması gerekir. Ahmet'e olumsuz tepkinin yarattığı gerginliği genellikle bir başkası, örneğin Mehmet giderir. Gerginliğin giderilmesi için bir fıkra anlatmak, durumu hafife almak, gülmek "biraz da dinlenelim" vb. gibi herhangi bir olumlu duygusal–sosyal davranış gerekir. Mehmet'in bu davranışına grubun tepkisi olumlu olacaktır, çünkü Mehmet gerginliği azaltarak grubun bir arada kalabilmesine yardımcı olmuştur.

Mehmet'in duygusal-sosyal davranışı grup tarafından ödüllendirildiği için Mehmet tekrar aynı tür davranışta bulunacaktır. Örneğin bir fıkra daha anlatacaktır. Ancak Mehmet'in tekrarlanan duygusal-sosyal davranışları grup tarafından artık ödüllendirilmeyebilir. Çünkü grup bir çalışma grubudur, tamamlaması gereken bir işi vardır.

Hem anlatımımızda, hem de kullandığımız şekillerde grup sürecini şüphesiz çok basitleştirdik. Bunu bazı temel noktaları belirtebilmek için yaptık. Bu temel noktalar nelerdir?

a) Bu örnekte tek bir lider değil, iki ayrı tür lider grup içinde belirmiştir.

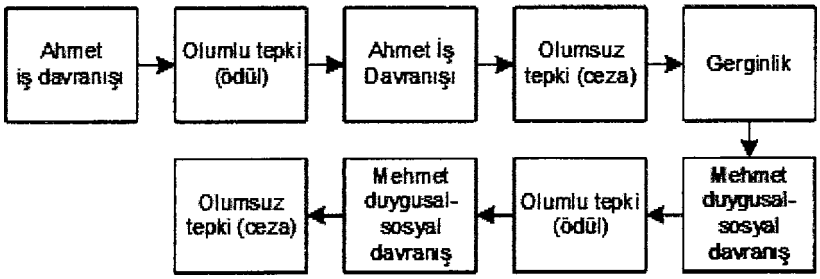
b) Bu iki tür lider, grubun farklı gereksinmelerine cevap vermektedirler.

c) Bu grup gereksinmeleri iki türlüdür: 1. İşi yapmak yani grubun amacını gerçekleştirmek ve 2. grubun birliğini sağlamak yani üyelerin sosyal-duygusal gereksinmelerini karşılayarak onları bir arada tutmak.

Bundan dolayı "yeter artık, biraz da çalışalım" diyerek ya da buna benzer bir şey söyleyerek, Mehmet'in davranışına olumsuz tepki (ceza) gösterecek ve onu durduracaktır.

Bu durum Ahmet'in tekrar yeni fikirlerle ortaya atılması için uygun bir ortam olacaktır. Böylece grup, döngüsel bir süreç içinde işleyecektir. Bu döngü Şekil 9.4'te gösterilmiştir.

Şekil 9.4
Etkileşim Süreci Çözümlemesi



Grubun iş ve sosyal-duygusal gereksinmeleri başka kuramcılar ve araştırmacılar tarafından da saptanmıştır. Örneğin, Homans (1950) dış ve iç sistem; Schutz (1958) kontrol ve sevgi; Jennings (1958) sosyo-grup ve psiko-grup kavramlarını, iş ve sosyal-duygusal boyutlara benzer şekilde kullanmışlardır. İleride göreceğimiz gibi, Fiedler'in de (1968) ele alışı bunlara benzemektedir. Lewin de (1951) bir taraftan grubun, amacını gerçekleştirmek için içinde bulunduğu alandaki hareketinden (iş boyutu); diğer taraftan da grup cazibesinden (sosyal-duygusal boyut) söz etmiştir. Demek ki grupların bu temel iki boyutunun gerçekliği pek çok araştırma sonucuna dayanmakta ve gruptan gruba genellik göstermektedir.

Ayrıca, grubu bir sistem olarak düşündüğümüzde, bütün sistemlerin çözmesi gereken dört ana sorun şöyle belirmektedir:

a) Sistem yeni durumlara uyabilmelidir.

b) Sistem amacını gerçekleştirebilmelidir.

c) Sistem kendini bir bütün olarak koruyabilmelidir (üyelerini bir arada tutabilmelidir).

d) Sistem üyelerini tatmin edebilmelidir.

Bu dört ana sorundan ilk ikisini yukarıdaki grup boyutlarından "iş" boyutuna; son ikisini de "sosyal-duygusal" boyuta sokabiliriz.

Grupların temel boyutları (ve gereksinmeleri) bu şekilde saptandığına göre, bu gereksinmeleri en iyi bir şekilde karşılayabilen kişilerin lider durumuna geldikleri anlaşılmaktadır.

d) Liderlikte rol farklılaşması

Grubun temel iki gereksinmesini karşılamak için bir tek lider de yeterli olabilir ve ikinci bir liderin çıkmasına gerek kalmayabilir. Bu nedenle, şöyle bir soru karşısında kalıyoruz: İki liderin ortaya çıkması, diğer bir deyişle, liderlikte rol farklılaşması, ne zaman ve hangi koşullar altında görülür?

Genel olarak, a) yeni kurulmakta olan (yerleşmemiş) gruplarda ve b) üyelerinin yapılan işi tatmin edici bulmadıkları gruplarda rol farklılaşması görülür. Şimdi, bunun nedenlerini inceleyelim.

Bales'in incelediği gruplar gibi yaş, yetenek ve benzeri özellikler yönünden birbirine benzer kişilerin bir araya gelerek bir grup oluşturdukları durumlarda ikinci bir lider oluşur. Bu tür gruplar, hiyerarşi ve statü farklılaşması olmayan, grup yapısının daha tam olarak ortaya çıkmamış olduğu gruplardır. Bütün üyeler aşağı yukarı eşit statüde olduğundan bunlardan birinin sözünü öbürlerine kabul ettirme çabası, diğerlerinin itirazına, rahatsız olmasına yol açabilir. İşte bu gerilim durumlarında, üyeleri rahatlatacak ve zihinleri yeniden işe yönelik düşünmeye hazırlayacak bir kişiye ihtiyaç duyulur. Bales'in gruplarında da gördüğümüz gibi, üyeler arasından, bu alanda yetenekli bir kişi doğal olarak bu görevi yüklenir ve sosyal-duygusal lider durumuna gelir. Yerleşmiş anane ve normları olan gruplarda ise, yukarıda sözü edilen gerilim durumları ortaya çıkmaz çünkü üyeler arasında baştan statü farklılığı vardır ve kimin öneriler yapacağı, kimin de bunları uygulayacağı grup normları ile belirlenmiştir.

Rol farklılaşması, bir de, grup faaliyetinin üyeler tarafından sevilmediği ve sıkıcı bulunduğu durumlarda görülür. Yapılan iş sevilmediğinden, bir süre sonra grupta gerilim doğar ve dağılma eğilimi baş gösterir. Bu durumda da gerilimi azaltacak ve üyeleri rahatlatacak bir kişiye ihtiyaç duyulur. Bu ihtiyacı giderecek bir kişinin ortaya çıkması grubu dağılmaktan kurtardığı için rol farklılaşması olur ve grubun sosyal–duygusal ihtiyacını gideren ikinci bir lider ortaya çıkar. Üyelerin yaptıkları işten zevk aldıkları gruplarda ise, sözü edilen gerilim ortaya çıkmayacağından ikinci bir liderin ortaya çıkması gerekmez.

Yukarıda incelediğimiz iki genel durum dışında da rol farklılaşması ortaya çıkabilir. Örneğin, grup yapısının yerleşmiş olduğu baştan statü farklılıklarının bulunduğu resmi gruplarda, lider ile diğer üyelerin amaç ve iş anlayışları birbirinden çok farklı ise, üyeler arasından ikinci bir lider belirir ve bazı zamanlar resmi liderden de daha etkin bir rol oynayabilir.

Bu kavramlaştırmalarda önemli olan grup gereksinimlerinin karşılanmasıdır. Ancak bugünkü bazı ele alışlarda, grubun hem sosyo-duygusal hem işini yapma gereksinimlerinin bir lider tarafından karşılanabileceği üzerinde durulmaktadır. Örneğin Kanungo'nun (1998) vurguladığı "karizmatik liderlik" böyledir. Bundan sonraki kısımda buna tekrar eğileceğiz.

Buraya kadar ele aldığımız konular, bizi liderlik olgusuna getirmektedir. Liderlik konusunda çok araştırma yapılmış, teori ve modeller geliştirilmiştir. Bunların belli başlılarını bu kısımda inceleyeceğiz.

Liderliğin Kavramsallaştırılması

Bu bölümde öncelikle çeşitli liderlik modellerini öğrenecek, daha sonra da liderlik davranışında kültürün ve cinsiyetin etkisinden bahsedeceğiz.

Liderlik Modelleri

a) Kişisel Liderlik Modeli

Kişisel (ya da psikolojik) liderlik modeline göre, bazı özellikler bir kimseyi lider yapar. Ortamın özellikleri göz önüne alınmaz. Bu görüşe göre, liderlik karakterine sahip bir kimse, nasıl bir gruba girerse girsin, liderdir. "Lider olarak doğmuş", "doğuştan lider" gibi sözler, işte bu görüşü yansıtır. Kişisel liderlik modeli Tablo 9.3'ün "a" panelinde şemalaştırılmıştır.

Hangi kişisel özelliklerin liderlikte rol oynadığı konusunda gözlemler ve araştırmalar yapılmıştır. Liderlerin başkalarından daha akıllı, daha güzel konuşan, hatta daha güzel ve daha uzun boylu oldukları iddia edilmiştir. Mann (1959) 1900 ile 1957 yılları arasındaki araştırma sonuçlarını liderlerin kişilik özellikleri bakımından şöyle özetlemiştir: Liderler diğer grup üyelerinden daha uyumlu; duruma daha hâkim, nüfuzlu; daha dışadönük; daha az tutucu; daha akıllı ve kişisel ilişkilere daha duyarlı olarak bulunmuşlardır. Ancak bu farklar fazla değildir ve istisnalar sık sık görülebilmektedir.

Liderlik olgusunu salt kişisel özelliklerle açıklama çabaları genellikle fazla başarılı olmamıştır. Bunun nedenlerinden birisi, çeşitli araştırmalarda liderliğin farklı biçimlerde tanımlanmasıdır. Bazen atanmış liderler, bazen bir grup içinde kendiliğinden belirmiş liderler incelenmiş; bazı araştırmalarda lider en çok sevilen kişi olarak, bazılarında da grubu fikir alanında en çok etkileyen kişi olarak tanımlanmıştır. Üstünde durulan kişilik özellikleri farklı biçimlerde ölçüldüğü için, karşılaştırma olanakları çok kısıtlanmıştır.

Kişisel liderlik modelinin başarısız olmasına bir diğer neden, grup üyelerinin hesaba katılmamasıdır. Yani bu model, grubun diğer üyelerinin kişisel özellikleri, beklentileri, yetenekleri ne olursa olsun, belirli özelliklere sahip bir kimsenin lider olacağını öne sürmektedir. Bu ise tek yanlı bir yaklaşımdır ve verilerle desteklenmemiştir. Aksine, lider ile diğer grup üyelerinin etkileşimi araştırma bulgularında önemle ortaya çıkmıştır.

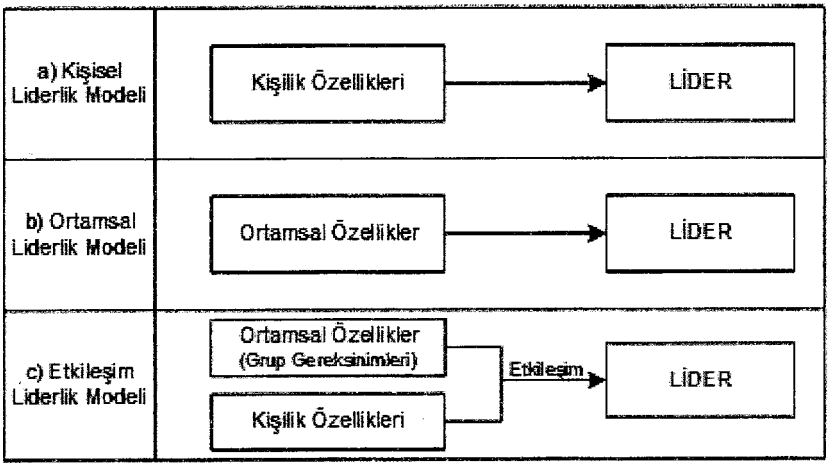
Nihayet kişisel liderlik modeli, her grupta tek bir lider olacağı varsayımına dayanmaktadır. Oysa bir önceki kısımda Bales'in (1950) araştırma sonuçlarından da gördüğümüz gibi, özellikle resmi olmayan gruplarda birçok zaman iki lider ortaya çıkmaktadır.

Bu araştırma sonuçları ve benzer diğer bulgular liderliği sadece kişisel bir özellik olarak ele almanın yetersizliğini ortaya koymuştur. Bununla beraber, bu yaklaşım biraz daha geliştirilmiş bir şekilde son yıllarda yine taraftar bulmaya başlamıştır. Bu yeni ele alışlarda kişilik özellikleri yine vurgulanmakla birlikte ortamsal etkilerle etkileşimi de göz ardı edilmiyor.

b) Ortamsal Liderlik Modeli

Kişisel liderlik modelinin tam tersi olan görüş, ortamsal liderlik modelidir. Bu modele göre lideri ortam yaratır. Lider, ortamın özellik ve ihtiyaçlarına göre ortaya çıkar; *kimin* lider olacağı önemli değildir. Tablo 9.3'ün "b" panelinde şemalaştırılan ortamsal liderlik modelini "a" panelindeki kişisel liderlik modeli ile karşılaştırmak mümkündür.

Tablo 9.3
Liderlik Modellerinin Karşılaştırılması

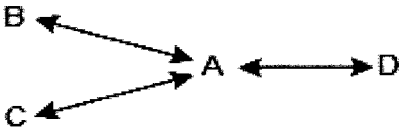


Bu görüşte kişisel özellikler göz önüne alınmaz; sadece ortamsal özellikler söz konusudur. Bales'in çalışmalarında (1950; 1968; 1970) da gördüğümüz yaklaşım esas olarak ortamın (grubun) gereksinme ve özelliklerine önem verdiğinden, ortamsal bir yaklaşım olarak tanımlanabilir. Ancak, bundan önce de belirttiğimiz gibi, ortamsal gereksinmelere *en iyi* cevap verebilen kişilerin lider olduğu da göz önüne alındığından, kişisel özellikler ihmal edilmemektedir.

Ortamsal liderlik görüşü daha ziyade sosyologlar tarafından benimsenmiştir. Özellikle grup yapısı ve grup içi iletişimi çalışmalarında, en merkezi durumda bulunan kimsenin lider olacağı görüşü bu modele uygundur. Bundan önce "iletişim yapısı" kısmında da gördüğümüz gibi, bu görüş verilerle de desteklenmektedir (Leavitt, 1951).

Berkowitz'in bu konuda yaptığı bir araştırma (1956) özellikle ilgi çekicidir. Bu araştırmada dört kişilik küçük gruplar merkezileşmiş tekerlek iletişim örüntüsüne sahipti.

Şekil 9.5
İletişim Örüntüsü



Bu iletişim örüntüsü içinde merkeze (A) yerleştirilen kişiler incelenmiştir. "Merkezde olma" nın "kişilik özellikleri" nden daha önemli bir şekilde liderlik davranışını etkilediği bulunmuştur. Şöyle ki, merkeze (A) yerleştirilen kişi çekingen bir kişiliğe de sahip olsa, sırf merkezde bulunduğu için bir süre sonra dışadönük bir lider rolü oynamaktadır. Bu sonuçtan, ortamın gereksinmelerinin ve özelliklerinin kişisel özelliklerden bağımsız olarak (hatta onlara rağmen) lideri yarattığı ileri sürülmüştür.

c) Etkileşim Liderlik Modeli

Grubun gereksinmelerini en iyi bir şekilde karşılayabilen kimselerin lider olduğu görüşü "etkileşim liderlik modeli" dir. Burada etkileşimi söz konusu olan iki öğe, bir taraftan grubun gereksinmeleri, diğer taraftan da liderlerin kişisel özellikleridir.

Bir önceki kısımda verdiğimiz grup etkileşimi örneğini tekrar göz önüne alalım. Grubun iş gereksinmesi ön planda olduğu zaman başka birisinin değil de Ahmet'in lider rolünü alması, Ahmet'in zekâ, bilgi gibi kişisel yeteneklerinden dolayıdır. Grubun sosyal-duygusal gereksinmesi ön plana çıktığında da Mehmet, gene kişilik özelliklerinden dolayı bu gereksinmeyi en iyi karşılayabildiği için lider rolünü oynamıştır.

Bu kavramlaştırmada önemli olan nokta, hem grup düzeyinin hem kişilik düzeyinin ihmal edilmeden göz önüne alınmasıdır. Karşılıklı etkileşim bu iki düzeydeki öğeler arasında meydana gelmekte ve lideri oluşturmaktadır.

Etkileşim modeli günümüzde yaygın olarak kabul edilmektedir. Hem grubu, hem bireyi göz önüne alması bakımından, bu modelde tam bir sosyal psikolojik ele alış görüyoruz. Etkileşim liderlik modeli Tablo 9.3'ün "c" panelinde incelenebilir.

d) Fiedler'in Etkin Liderlik Modeli

Liderin kişisel özelliklerine önem veren bir etkileşim modeline örnek olarak Fiedler'in modelini ele alabiliriz. Fiedler (1964, 1978) doğal gruplarla yaptığı seri araştırmalarında önemli bir kişilik özelliği üstünde durmuştur. Bu da, kişinin başkalarını nasıl algıladığıdır. Çeşitli grupların liderlerinden, birlikte çalışmayı en çok tercih ettikleri grup üyesi ile birlikte çalışmayı en az tercih ettikleri grup üyesini *kişilikleri bakımından* tarif etmeleri istenmiştir. Bu iki kişiyi birbirine az çok *benzer* olarak tarif eden (algılayan) liderlerle, onları çok *farklı* olarak tarif eden (algılayan) liderlerin kendilerinin de farklı kişiliklere sahip oldukları görülmüştür.

Birlikte çalışmayı en az ve en çok tercih ettiği kimseleri *kişilikleri* bakımından *benzer* gören lider, birlikte çalışmayı en az tercih ettiği, örneğin tembel ya da beceriksiz bir çalışanı da biraz seviyor, yadsımıyor demektir. Bu tür liderler, en az tercih ettikleri iş arkadaşlarını da *kişi* olarak severler, onu en iyi çalışan grup üyesinden fazla farklı görmezler. Yani bu tür bir lider, örneğin, "Onunla birlikte çalışamam, ama gene de o gayet iyi bir kimse olabilir" diye düşünen, herkesi hoş tutmaya çalışan, herkese sevgi gösteren liderdir. Bu tür lideri Fiedler, yüksek "en az çalışan tercihli (EAÇT)" lider olarak tanımlamıştır. Bunun tersi olan düşük EAÇT lider ise, iş yapmaya önem verir ve iyi çalışmayan grup üyesini sevmez. Yani insanlara karşı ayrıcalıklı davranış gösterebilmektedir. Örneğin "Onunla çalışamıyorsam, beğenilecek bir kimse değildir " diye düşünür.

Bu özetlenen tutumlarını göz önüne alarak, yüksek EAÇT lideri sosyal-duygusal lider; düşük EAÇT lideri de iş-eğilimli lider olarak düşünebiliriz.

Demek ki, kişinin başkalarını nasıl algıladığı, onun kendi kişiliğini yansıtan bir özellik olarak ele alınabilir. Ancak şunu da belirtmeliyiz. Fiedler'in öne sürdüğü bu kişilik özelliği, kişinin zeki olması, atılgan ya da konuşkan olması gibi sırf bireysel düzeyde basit bir kişilik özelliği değildir. Başkalarının algılanışını ve başkalarına karşı davranışları içeren, temelde *kişilerarası* olan bir kişilik özelliğidir. Bu bakımdan, Fiedler'in yaklaşımını daha önce ele aldığımız kişisel liderlik modeli içine sokamayız.

Bu kavramlaştırmadan hareket ederek Fiedler yüksek EAÇT ve düşük EAÇT liderleri çeşitli doğal gruplarda incelemiş ve hangi liderlik özelliğinin hangi ortamlarda daha etkin olduğunu bulmaya çalışmıştır. Bu araştırmalarda liderin etkinliğinde rol oynayan üç öğe ortaya çıkmıştır. Bunlar a) lider–üye ilişkileri, b) işin yapısı ve c) lider mevkiinin gücüdür.

Lider-üye ilişkileri uyumluysa; işin yapısı belirginse (yani neyin nasıl yapılacağı açıkça belliyse); ve liderlik mevkii güçlüyse, yani liderin elinde yeterli derecede güç ve yaptırım varsa ve lider üyeler tarafından lider olarak kabul ediliyorsa, liderlik mevkiindeki kimsenin liderlik davranışı gösterebilmesi için çok uygun bir ortam var demektir. Bu üç öğeden birinin ya da ikisinin pek olumlu olmadığı durumlar, lider için biraz daha güç durumlardır. Bütün öğelerin olumsuz olduğu (uygun olmadığı) durumlar ise etkin liderlik bakımından en zor durumlardır.

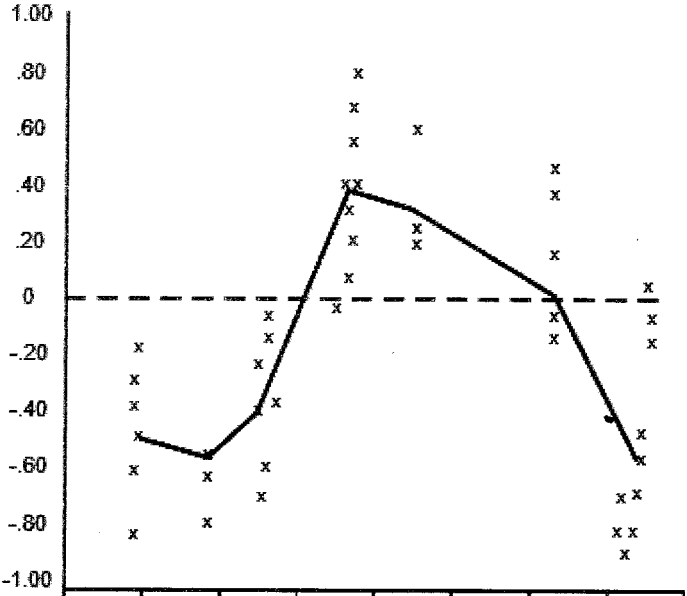
Fiedler'in gerçekleştirdiği çeşitli araştırmaların sonuçlarına göre, üç öğenin meydana getirdiği ortamın uygunluk durumu ile liderin etkinliği arasındaki ilişki doğrusal değil, eğriseldir. Şöyle ki, en zor (uygun olmayan) durum ile en kolay (uygun) durumlarda iş-eğilimli düşük EAÇT lider daha etkin olmakta, orta derecede uygun durumlarda ise sosyal-duygusal yüksek EAÇT lider daha iyi başarı göstermektedir (bkz. Şekil 9.5).

Yüksek EAÇT, insan ilişkilerine değer veren sosyal duygusal liderin daha başarılı olduğu orta derecedeki uygun durumları şöyle örnekleyebiliriz: a) İş yapısı belirgin (açık seçik belli) fakat lider sevilmiyor, dolayısıyla lider diplomatik olmalı ve üyelerin duygularına isteklerine karşı duyarlı olmalıdır, ya da b) lider sevilmekte, ancak iş yapısı belirsiz olduğundan, üyelerin iyi niyetli çabasına ve yaratıcılığına muhtaçtır.

Yani, durum tam uygun olmadığı zaman sosyal duygusal liderin üyeleri hoş tutucu davranışına ihtiyaç vardır.

Liderin sevildiği ve çalışma ortamının tamamen uygun olduğu durumda ise, liderin anlayışlı, sosyal-duygusal davranış göstermesi gereksizdir. Tüm öğelerin en uygun olduğu durumda liderden gruba yol göstermesi beklenir. Yani işe dönük liderlik davranışı hem üyeler tarafından rahatlıkla kabul edilir hem de grubun daha çok iş çıkarmasını sağlar. Bu olumlu durumda gruba yönerge vermekten çekinen pasif bir lider, saygınlığını yitirir.

Şekil 9.6
Fiedler'in Etkin Liderlik Modeli



	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Lider-Üye ilişkileri	iyi	iyi	iyi	iyi	kötü	kötü	kötü	kötü
İşin yapısı	belirgin		değil		belirgin		değil	
Lider mevkiin gücü	güçlü	zayıf	güçlü	zayıf	güçlü	zayıf	güçlü	zayıf

Öğelerin tamamen olumsuz olduğu, yani işin karışık, liderin güçsüz olduğu ve sevilmediği durumlarda da liderin işe sarılması daha iyi sonuç verir, yoksa grup dağılabilir. Karışıklık ve belirsizlik içindeyken, grup kendine yol gösteren birine gerek duyar.

Fiedler'in modeli ABD'de ordu, iş yerleri, fabrikalar, tüketim kooperatifleri, spor kulüpleri gibi çeşitli doğal gruplarda; araştırmalar için oluşturulmuş kısa süreli laboratuvar gruplarında ve ayrıca Belçika ile Hollanda'da denenmiştir (Fiedler, 1968; Strube ve Garcia, 1981, Peters, Hartke ve Pohlmann, 1985). Bu denemeler, modeli destekleyici sonuçlar vermiştir.

Fiedler'in yaklaşımı da gösteriyor ki, hangi tür liderliğin hangi koşullarda daha etkin olduğunu bulmak için çeşitli öğelerin etkileşimi göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bakımdan etkin liderlik modeli bugün oldukça kabul görmektedir.

Fiedler'in liderlik konusuna olan katkısı, oluşturduğu etkin liderlik modeliyle sınırlı kalmamıştır. 1986'da oluşturduğu *Bilişsel Kaynak Kuramı*'nda, liderlik sürecinde entelektüel yeteneklerin, iş deneyiminin ve uzmanlığın oynadığı rol üzerinde durmuştur. Bu bilişsel kaynakların düşük ve yüksek stres durumlarında performansa farklı şekillerde etki ettiğini ve birbirleriyle etkileşim içine girdiklerini göstermiştir (Fiedler ve Garcia, 1987; Fiedler, 1995).

e) Karizmatik Liderlik Modeli

Karizmatik liderlik modelleri, yönettikleri grupların üzerinde alışılmamış ve oldukça güçlü etkisi olan liderleri inceler (House, Spangler ve Woycke, 1991). Böyle liderler, onu takip eden kişilerin gereksinimlerini, değerlerini, tercihlerini ve özlemlerini çok iyi bilir ve gerçekleştirmeye çalışırlar. Aynı zamanda sosyal, politik ve ekonomik değişimlere yol açabilecek yetenek ve güce de sahiptirler. Tarihte Atatürk, De Gaul, Gandi karizmatik liderlere örnek gösterilebilir.

Bütün liderler, kendilerini izleyen grupların davranışlarını bir dereceye kadar değiştirebilirler, ancak karizmatik liderler bu grupları öylesi bir itaat etme noktasına getirme becerisine sahiptirler ki, emrettikleri takdirde, grup üyelerinin ahlak ve kanun dışı eylemlerde bulunmalarını bile sağlayabilirler. Bunun en büyük nedeni, karizmatik liderlerin gruplarının sadece davranışlarını değil, inanç ve tutumlarını da değiştirebilme yetenekleridir.

Organizasyonlarda karizmatik liderler çalışanların üstün bir çaba gösterip başarılı olmalarını sağlayabilir.

Karizmanın, liderin bir kişilik özelliği olduğunu ve bu modelin kişisel liderlik modelinin bir uzantısı olduğunu düşünebilirsiniz. Ancak, karizmatik liderlik modeli, karizmanın lider ve izleyicilerinin etkileşimi sonucunda oluştuğunu öne sürer (House, 1977). Liderin 'karizmatik' olduğu söylense de, aslında karizma, takipçilerinin lidere verdikleri tepkilerde gizlidir. Karizmatik liderlerin gruplarında, karizmatik olmayan liderlerin gruplarından farklı olarak şu özelliklere rastlanır:

1) Normalde beklenenden yüksek performans
2) Yüksek düzeyde lidere sevgi, bağlılık, saygı ve sadakat
3) Lidere ve onun fikirlerine duyulan heyecan ve coşku
4) Grubun toplu bir amacı için, bireysel çıkarlardan vazgeçmeye hazır olmak

Herkesin, karizmatik olarak adlandırılan bir liderden aynı şekilde etkilenmesi ve yukarıda saydığımız tepkileri göstermesi beklenemez. Karizma, sadece liderin grubuna yaptıklarında değil, takipçilerin özelliklerinin liderinkilerle birleşmesindedir.

Karizmatik liderler gruplarıyla bu özel ilişkiyi kurabilmek için ne yaparlar? Araştırmalar, liderlerin gruplarını derinden etkileyebilmek için çeşitli stratejiler kullandıklarını göstermiştir. İlk olarak, karizmatik liderlerin bir vizyon öne sürebildikleri ortaya çıkmıştır (Howell ve Frost, 1989). Karizmatik liderler, onu takip eden grupların, (milletin veya organizasyonun) nasıl olabileceği, hatta nasıl olması gerektiğini çoğunlukla canlı ve duygu yüklü kelimelerle ortaya koyarlar. Sadece varılması gereken noktanın ne olduğunu değil, o noktaya nasıl ulaşılacağını da belirtirler. Bu, izleyicileri güdülendirir ve izleyiciler ulaşılabilir bir amaç için çalıştıkları düşüncesine sahip olurlar. Conger ve Kanungo (1988), karizmatik liderlerin, içinde bulunulan hareket ya da organizasyonun amacına ulaşmasında grupta yapılan her işin anlamlı ve yararlı bir iş olduğunu grup üyelerine kabul ettirebildiğini göstermiştir. Bir grup ilkokul çocuğunu ağaç dikmek üzere ormana götüren bir öğretmeni düşünelim. Bu grubun lideri olan karizmatik bir öğretmen, sadece dersin gereği olarak oraya giden bir çocuktan, çevrenin güzelleşmesine ve doğaya yardım ettiğini düşünen bir çocuk yaratabilir. Böyle düşünen bir çocuğun işine daha sıkı sarılması ve yaptığından daha çok zevk alması kaçınılmazdır.

Bu özelliklere ek olarak karizmatik liderler diğer liderlere oranla daha fazla riske girme ve alışılmışın dışında kararlar alma cesaretine sahip olan insanlardır. Liderleri karizmatik yapan başka özellikler ise, liderin kendine ve grubuna güven duyması, etkileyici bir konuşma becerisine ve heyecanlandırıcı bir tarza sahip olması, grubundaki insanların gereksinimlerini önemsemesi ve karşılaması, başkalarının tepkilerini kolayca ve doğru olarak anlayabilmesidir. Aynı zamanda, başkalarına çekici görünmeyi bilmek ve onların dikkatini çekebilmek de karizmatik liderlerin özellikleri arasındadır. Etkileyici bir dış görünüş, liderin fikirleriyle de birleşince grup üzerindeki etki büyür.

Karizmatik liderlik modeli oldukça yenidir ve karizmatik lider özellikleri tam tanımlanamamıştır ama karizmatik liderliğin tanımı, bu tip liderin geleneksel olmayan cesur adımlar atmaya muktedir olduğudur. Karizmatik liderler, gruptaki kişilerin davranışlarını hatta görünüşlerini değiştirmeyi başarabilen liderlerdir.

Çeşitli çalışmalar sonucu karizmatik liderin sahip olması gereken en az üç özellik bulunmuştur. Bu özelliklerden ilki karizmatik liderin *vizyon sahibi olması* gereğidir. Buna göre karizmatik bir lider gelecek idealini gruba sunabilmeli bu şekilde grubuna etraflarında kenetlenebileceği ortak amaçlar gösterebilmelidir. Örneğin; Mustafa Kemal'in "Ya istiklal ya ölüm!" şeklinde ifade ettiği tam bağımsız Türkiye ideali, bu tarz bir idealdir. Karizmatik lidere ilişkin tanımlanan ikinci özellik ise, bu tip liderin grubuna sunduğu vizyonu gerçekleştirme yeteneğine sahip olmasıdır. Karizmatik bir lider gerektiğinde bunun için kendisi örnek olmalıdır. Örneğin Mustafa Kemal gerçekleştirdiği devrimlerde 'rol modelliği' görevini de yüklenmiştir. Kılık kıyafet devriminde şapka giymiş, Arap Alfabesinin bırakılmasından sonra Latin harflerini ilk tanıtan yine kendisi olmuştur.

Karizmatik liderin sahip olması gereken üçüncü özellik de karizmatik iletişim stili kullanabilmesidir. Bu sitilin özellikleri arasında direk göz teması kurmak, güçlü konuşma şekli ve beden dilinin başarılı kullanımı sayılabilir.

f) Babacan Liderlik (Paternalizm) Modeli

Adından da anlaşıldığı üzere bu liderlik modeli, temel olarak liderle yönetilenler arasında baba ile çocuğun ilişkisine benzer bir ilişkinin olduğunu vurgular. Liderin asıl görevi çalışanlarına hem iş ortamında hem de iş dışı ortamlarında ilgi, şefkat sağlamak, onları korumak ve aynı zamanda onları yönlendirmek, rehberlik etmektir. Bunun karşılığında da lider önderlik ettiği insanlardan sadakat, saygı ve itaat bekler. Bu liderlik yapısı genelde bireyci Batı toplumları dışında kalan Çin, Japonya, Kore, Tayvan ve Hindistan gibi Asya ve Pasifik ülkeleriyle, Orta Doğu ve Latin Amerika'da yaygındır (Aycan, 2006) .

Bu model kapsamında liderlerden beklenen belli başlı davranışlar vardır.

- Lider çalışma ortamında aile atmosferi yaratmalıdır. Bir baba gibi davranıp, gruplarına ya da çalışanlarına hem iş hayatlarına hem de özel hayatlarına dair öğütler vermelidir.
- Lider, çalışanlarıyla yakın ve bireysel ilişkiler kurmalıdır. Onlara gerektiğinde hem maddi hem manevi destek sağlamalıdır. Çalışanlarının ailevi problemleri olursa bu problemleri de çözmeye çalışmalıdır.
- Lider, çalışanlarının ailelerinin de düzenlediği iş dışı aktivitelere, özel günlere katılmalıdır (düğün, mezuniyet, kutlama vs.).
- Çalışanlarından sadakat ve bağlılık bekler. Aynı zamanda acil durumlarda, çalışanların özel yaşamları pahasına da olsa onlardan yardım bekler.
- Her zaman otoriter olması gerektiğine inanır ve çalışanlarından da bu otoriteye saygılı davranışlar sergilemesini bekler.

Babacan liderlik modelinde, grup üyelerinin de lidere karşı bazı sorumlulukları vardır.

- Çalışanlar iş yerlerini aile ortamı olarak görmeli ve ailesi gibi benimsemelidir. Liderleriyle aralarında duygusal bir bağ bulunmalıdır.
- Liderlerine sadakatle bağlanmalı ve liderleri işi bıraktığında onlar da istifa etmelidirler.
- Lider özel hayatında da bir yardıma ihtiyaç duyduğunda gönüllü olarak liderlerine yardım etmeleri gerekir.
- Liderin otoritesini kabul etmeliler ve liderin kendileri için doğru olanı yaptığına inanmaları gerekir.

Bu liderlik modelinin uygun olarak kabul edildiği sosyal-kültürel ortamların belli başlı özellikleri vardır. Örneğin toplulukçu kültürde, bu liderlik modeli daha çok benimsenir çünkü bu kültürde itaat etmek, başkaları için sorumluluk almak, başkasına

bağımlı olmak daha kolaylıkla kabul edilebilir ve bu yüzden babacan liderlik pozitif bir liderlik modeli olarak görülür. Diğer yandan, bireyci toplumlarda ise, özerklik, kendi kendine yeterlilik ve kendi geleceğini kendi belirleme olgusu yaygın olduğu için, babacan liderlik özel hayata, kişinin hak ve özgürlüklerine müdahale ve profesyonel iş hayatına uygun olmayan bir liderlik modeli olarak görülür ve eleştirilir.

Endüstri-Örgüt psikolojisi kitaplarında yukarıdaki liderlik modellerinden başka modeller de işlenmektedir. Biz burada, sosyal psikolojide yaygın ve üzerinde çok durulan modelleri seçtik. Daha geniş bilgi için endüstri psikolojisi kitaplarına başvurabilirsiniz.

Liderlikte Kültürün Etkisi

Liderlikle ilgili çalışmalar genellikle bireyci batı kültüründe gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar toplulukçu kültürlerde geçerli olmayabilir. Nitekim daha önce Lewin, Lippitt ve White'ın (1939) yetkeci ve demokratik grup atmosferi araştırması sonuçlarının Hindistan'da bulunmadığını görmüştük. Fiedler'in etkin liderlik modeli başta olmak üzere, yukarıda incelediğimiz liderlik modellerinin çoğu bireyci kültürlerde oluşturulmuştur. Özellikle Fiedler'in sosyo-duygusal ve iş eğilimli liderlik özelliklerinden hangisinin belli bir kültürde daha etkin olduğunu ortaya çıkarmak için çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Kuzey Amerika'da gerçekleştirilen araştırmalarda farklı ortamlarda farklı liderlik özelliklerinin daha etkin olduğu bulunmuştur (Yukl, 1989; Smith ve Peterson, 1988). Hangi koşullar altında hangi liderlik türünün daha etkin olduğunu belirleyebilmek için de çok sayıda araştırma yapılmıştır. Avrupa'da da Kuzey Amerika'dakilere benzer sonuçlar elde edilmiştir (Smith ve Tayeb, 1988).

Toplulukçu kültürlerde[3] gerçekleştirilen etkin liderlik çalışmaları ise, Batı'da yapılan araştırmalardan farklı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Japonya'da Misumi'nin (1985) yaptığı araştırmalar bunların en geniş kapsamlısıdır. Misumi'nin 30 yıl süresince farklı çalışma ortamlarında yürüttüğü çalışmalarında, hem iş eğilimine hem de sosyo-duygusal eğilime birlikte sahip olan liderin etkin olduğu ortaya çıkmıştır. Bond ve Hwang (1986) Tayvan'da yapılan araştırmaları incelediklerinde de aynı sonuçları bulmuşlardır. J.B.P. Sinha'nın (1981) Hindistan'da; Ayman ve Chemers'in (1983) İran'da ve Farris ve Butterfield'in (1972) Brezilya'da yaptıkları araştırmalarda da hem sosyo-duygusal hem de iş eğilimi olan liderin etkin olduğu bulunmuştur. Demek ki, iş ve sosyo–duygusal eğilimli lider ayırımı bazı kültürler için işlevsel değildir. Bu kültürlerde liderlerin her iki eğilime de sahip olması beklenmektedir. Gene bu kültürlerde benimsenen 'Babacan Liderlik Modelinde' de bu iki eğilim bir aradadır.

Tutum Değişimi bölümünde (Bölüm 5) de sözünü ettiğimiz gibi, toplulukçu kültürlerde propaganda yapan kişinin dahi inandırıcı olabilmesi için, izleyicilerce "düşünceli" olarak algılanması etkili olmaktadır. Bu toplumlarda, "düşünceli olma" beklentisi grup içinde de belirmekte ve liderin bir baba gibi, grubunu düşünmesi önem

[3] Ülkemizde, kültürün liderlik anlayışı ve lider davranışları üzerindeki etkisi için şu kaynaklara başvurabilirsiniz: Kozan, 1993; Dilber, 1981; Özen 1996.

kazanmaktadır. Bu yüzden grupla duygusal bağı olmayan, grubunu "düşünmeyen" lider, toplulukçu kültürlerde "iyi" bir lider olarak görülmez. Ancak, özellikle çalışma güdüsü düşük olan Hindistan gibi toplumlarda, grubun çalışması için liderin aynı zamanda iş eğilimli de olması gerekir. Grubu çalışmaya teşvik edecek, grup üyelerinde çalışma güdüsünü yaratacak bir lider ancak etkili olabilir. Bu yüzden, toplulukçu kültürlerde her iki özelliğe birden sahip olan liderler hem etkin olur, hem sevilirler (Sinha, 1981).

Liderlikte Cinsiyetin etkisi

Erkek ve kadın liderler arasında iş odaklı olmaları bakımından fark bulunmamıştır ancak kadın liderlerin erkek liderlere kıyasla daha katılımcı ve demokratik; erkek liderlerin ise kadın liderlere kıyasla yetkeci ve emredici oldukları gözlenmiştir. Cinsiyetle ilgili lider kalıp yargıları kadınların lider olmaları önünde engeldir. Genelde kadınlar grup içi ilişkileri erkek liderlere kıyasla daha fazla önemserler; bu onların başarılı ve etkin liderler olarak algılanmalarını engelleyebilir. Toplumlardaki liderlerin çoğu erkektir ve erkekler işe önem verirken yetkeci bir tutum sergilerler. Erkek liderlerin sahip oldukları bu özellikler, lidere ilişkin bir kalıp yargının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kalıp yargının dışında davranan bir kadın başarısız bir lider olarak algılanabilir. Ancak bunun tersi olduğunda yani kadın lider bir erkek lider gibi işe önem verip yetkeci tavırlar gösterdiğinde de, erkeksi ve buyurgan olarak itham edilebilir. Bu durum kadınlara yönelik bir çifte standart olarak düşünülebilir (Aronson ve ark., 2002).

Lider kalıp yargıları aslında kültürden kültüre de farklılık gösterir. Kolektif kültürlerde ilişki odaklı babacan liderler tercih edilir. Bu durum, kolektif toplumlarda yönetilenlerle yöneten arasında kabul gören güç mesafesi yani hiyerarşi ile de ilgilidir. Bireyci kültürlerde ise gruptaki ilişkiler ikinci plandadır ve daha çok iş odaklı liderler tercih edilir (Franzoi, 2006).

Grup Performansı ve Gruplarda Karar Verme

Giriş bölümünde bahsettiğimiz gibi, grupların önemli işlevlerinden birisi bireylerin tek başına altından kalkamayacağı işlerin hakkından gelinebilmesidir. Özellikle iş gruplarının önemli görevlerinden birisi ortak kararlar almak ve bu kararlar doğrultusunda bir arada çalışarak bir takım sonuçlar elde etmektir. Peki, grup içinde alınan kararlar bireylerin kendi başına alacağı kararlardan daha iyi mi sonuç verir? Bu bölümde grupların karar verme sürecini, gruplarda alınan kararların bireysel kararlardan farkını, verilen kararların hangi koşullarda yanlış yöne yönelebileceğini inceleyeceğiz.

Eleştirisiz Grup Tartışması

Eleştirisiz grup tartışması (Brainstorming) işletme sahasındaki uygulamalı çalışmalarda geliştirilen bir tekniktir. Bu teknikte grubun her üyesi bir problemin çözümü hakkında aklına gelen her fikri eleştiri korkusu olmadan ortaya koyabilmekte, böylece grup üyelerine geniş bir özgürlük tanınmaktadır.

İlk araştırmalarda (Osborn, 1957), eleştirisiz grup tartışması esnasında, insanların yalnız başlarına olduklarından iki kat daha fazla fikir geliştirdikleri bulunmuştur. Ancak bunun tersi bulgular da söz konusudur. Örneğin, Taylor, Berry ve Block (1957) eleştirisiz grup tartışmasının yaratıcı düşünceyi bastırıcı, engelleyici bir rol oynadığını bulmuşlardır. Dunnette, Campbell ve Jaastad'da (1963) bilim adamları ve reklamcılardan oluşan iki ayrı grubun üyelerini hem yalnız başlarına hem de eleştirisiz grup tartışması çalışmalarında incelemişler ve deneklerin yalnız başlarına çalışırken daha çok sayıda ve daha yüksek nitelikte fikirler geliştirdiklerini görmüşlerdir. Bulgularına dayanarak, Dunnette ve arkadaşları kişilerin önce tek başlarına çalışmalarını ve ancak kendi fikirlerini iyice geliştirdikten sonra bir grupta bir araya gelerek bu fikirleri ortaya koymalarını önermişlerdir.

Birbirinden farklı özelliklere sahip iki farklı grupta (reklamcılar ve bilim adamları) da aynı sonucun elde edilmesi, bu sonucun genelliği olduğunu göstermektedir. Özellikle reklamcılar arasında da eleştirisiz grup tartışmasının olumsuz sonuç vermesi ilginçtir, çünkü bu grup tekniği esas olarak reklamcılıkta geliştirilmiş ve geniş çapta uygulanmıştır.

Bu çelişkili görünen bulguları nasıl açıklayabiliriz? Sosyal hızlandırma kavramının burada da hiç olmazsa kısmen önemli olduğunu görüyoruz. Şöyle ki, baştan kişisel hazırlık yapmadan, grup halinde fikirlerin ortaya konması, bir *öğrenme* durumudur. Yani burada iyi bilinen, geliştirilmiş fikirleri tartışmak değil de, yeni fikirler oluşturma çabası söz konusudur. Böyle olunca da yanlış yapma, problemi çözerken yanlış fikirlere sapma eğilimi vardır. Bu eğilim, üstünlüğü olan (baskın) bir tepkidir. Grup içinde olmak üyelerin güdülenmesini ve dolayısıyla faaliyet düzeyini arttırınca, bu yanlış yapma eğiliminde de artma olacaktır. Bu durumda, grupların problem çözümünde yanlış yollara saptıkları ve bu yolda direndikleri görülmüştür. (Dunnette, Campbell ve Jaastad, 1963: 37).

Buna karşılık, kişiler önce yalnız başlarına fikirlerini geliştirirlerse, öğrenme sürecini kendi başlarına tamamlamış olurlar. Sonra, oluşmuş bilgileriyle grup tartışmasına girerlerse, iyi *bildikleri* bir konuda problem çözme durumu söz konusu olacağından, doğru tepkilerde bulunma eğilimleri yüksek olacaktır. Bu durumda grup güdülenmeyi ve faaliyet düzeyini arttırarak üstünlüğü olan (baskın) doğru tepki (çözümü bulma) eğilimini de arttıracaktır. Böylece çelişkili gibi görünen çeşitli araştırma bulguları, sosyal hızlandırma süreciyle mantıklı bir şekilde açıklanabilmektedir.

Riske Girme

İnsanların yalnız başına karar vermesiyle, aynı konuda bir grubun karar vermesi arasında farklılıklar var mıdır? Gruplarda alınan kararlar, grup bireylerinin fikirlerinin ortalamasından mı oluşur, yoksa farklı süreçler ve sonuçlar mı söz konusudur?

Sosyal psikolojide 1960'lara kadar yaygın olan düşünce, grup kararlarının, grup üyelerinin fikirlerinin bir orta yolda birleşmesi, yani herkesin fikrinin ortalamasının alınması sonucu ortaya çıktığı düşüncesiydi. Yaygın inanış bu iken, grup fikirlerinin bu şekilde oluşmadığını gösteren araştırmaların yapılması grup dinamiği alanında büyük değişikliklere yol açmıştır. Bu araştırmalardan ilki ve belki de sosyal psikoloji tarihinde yayımlanmamış en ünlü araştırmalardan biri, Stoner (1961) tarafından gerçekleştirilmiştir. Stoner, deneklere risk içeren birkaç durum hakkında bilgi vermiş ve bu konuda bir yargıya varmalarını istemiş. Deneklere verilen her durumda, biri diğerinden daha riskli olan iki seçenek arasında seçim yapmak zorunda olan bir durum konu ediliyor. Örneğin, "Bir elektrik mühendisi şimdiki işinde yeterli fakat çok yüksek olmayan bir maaş almaktadır. Ya bu işinde kalacak, ya da oldukça daha fazla para veren fakat uzun vadeli iş garantisi olmayan yeni bir işe girecektir. Böyle bir durumda ne yapmasını önerirsiniz?" Cevaplar "yeni işte: 10 da 3, 10 da 5, 10 da 7 ve 10 da 9 başarı düzeyi" olarak belirtilmekte ve deneklerin daha riskli davranışı önermeleri için hangi başarı düzeyini gerekli gördüklerini işaretlemeleri istenmektedir. Örneğin, "10 da 5 başarı şansı varsa yeni işe girmeli ya da 10 da 9 başarı şansı varsa yeni işe girmeli" gibi. Bircevap kategorisi de "hiçbir şekilde yeni işe girmemeli" şeklindedir. Denekler soruları yalnız cevapladıktan sonra, gruplara ayrılıyor ve hipotetik durumlarla ilgili bu tür soruları bir grubun içinde yanıtlıyorlar. Stoner, grupta varılan kararların, bireylerin tek başlarına verdikleri kararlardan daha riskli olduğunu buluyor. Wallach ve arkadaşları da (1962) araştırmalarında Stoner'ın bulgularını destekliyor. Wallach'ın araştırmalarından ortaya çıkan bir başka bulgu da, grupta alınan kararların bireyler tarafından içselleştirilmesidir. Deneklere grup tartışmasından sonra konuyla ilgili ne düşündükleri sorulduğunda grupta alınan karar doğrultusunda cevap verdikleri görülüyor. Bu araştırmalar gösteriyor ki, grupta alınan kararlar, grup bireylerinin ortalamada uzlaşması sonucu ortaya çıkmamaktadır. Gruplar, bireylerden daha fazla risk içeren kararlar alma eğilimindedir. Bem, Wallach ve Kogan (1965), grup üyelerinin kendilerine zarar gelmesi söz konusu olduğu bir durumda bile, grubun riske girme eğilimi gösterdiğini bulmuşlardır.

İnsanlar acaba niçin grup içindeyken yalnız başlarına olduklarından daha fazla riske girme eğilimi gösteriyorlar? Bu soruya birkaç şekilde cevap vermeyi deneyebiliriz.

Riske girme eğiliminde olan kimselerin grup içinde daha ikna edici, daha etkili olduğu düşünülebilir. Nitekim bazı araştırmalar riske girme eğiliminde olan kimselerin liderliğe önem verdiğini ve grup içinde daha ikna edici olarak görüldüğünü bulmuştur. (Örneğin, Wallach ve ark., 1962; Wallach, Kogan ve Burt, 1965). Bununla beraber grubun risk içermeyen bir karar verdiği durumlarda, riske giren kimseler grup tarafından ikna edici olarak görülmemişlerdir (Rabow ve ark., 1966). Demek ki

önemli olan, riske girme eğiliminde olan kimselerin kişilikleri değil, grubun hangi yöne doğru eğilimi olduğudur. Grubun eğilimi yönünde düşünen ve konuşan kimseler daha etkili olmaktadır. Yani bu kişisel eğilim etkenini pek geçerli sayamayız.

İkinci bir etken, grup içinde "sorumluluk dağılması" dır. Şöyle ki, grup içinde verilen kararın ya da yapılan davranışın sorumluluğu sadece bir kişiye değil, bütün gruba aittir. Hatırlanacağı gibi, kitabın ikinci bölümünde Sosyal Bilim Yöntemlerini ele alırken, Darley ve Latane'ın (1968) bir araştırmasını incelemiştik. Bu araştırmanın ve buna benzer diğer araştırmaların bulguları, bir kaza anında, o kazaya tanık olan ne kadar çok kimse varsa, birinin yardım etme olasılığının o kadar az olduğudur. Çünkü insanların sayısı fazlalaştıkça her birinin sorumluluğu göreli olarak azalır.

Risk içeren karar verme konusunda da, kişi yalnız başına olduğu zaman kararının tüm sorumluluğunu kendi omuzlarında taşıyacak, buna karşılık, grup içinde bu sorumluluğu başkalarıyla paylaşacağı için daha fazla riske girme cesaretini gösterebilecektir. Bu araştırmalar grubun bireyden daha fazla risk içeren kararlar vermesini bu şekilde açıklamışlardır. Ancak grubun riskli kararlarının sorumluluk dağılımı ile açıklanamayacağını ileri süren araştırmacılar da vardır.

Üçüncü bir etken de kültürel değerlerdir. Birçok durumda daha fazla risk içeren "cesur" kararlar, "tutucu" kararlardan daha değerli olarak görülmektedir. Bireysel atılıma ve başarıya önem veren batı kültüründe riski göze almak, almamaktan daha iyi olarak değerlendirilmektedir. Grubun riske girmesi araştırmalarının yapıldığı Almanya, Fransa, İsrail, İngiltere gibi ülkeler de batı kültürüne sahiptir. Grup içinde kişinin kararı gizli kalmayıp başkaları tarafından öğrenildiğinden, kişinin grup içinde verdiği kararlar, yalnızken verdiği kararlardan daha fazla kültürel değerlere uygun olacaktır. Grubun daha riskli kararlar vermesi de bu şekilde açıklanabilir.

Araştırmalar da riskli kararlar veren gruplardaki deneklerin, riskli atılımları takdir ettiklerini bulmuşlardır. Daha tedbirli kararlar veren gruplardaki deneklerin ise tedbirli davranışları takdir ettikleri bulunmuştur.

Böylece, kültürel değer hipotezinden hareketle tahmin edilebileceği gibi, riske değer verildiği zamanlar, grup bireyden daha riskli kararlar vermekte; tedbire değer verildiği zamanlarda ise grup bireyden daha tedbirli kararlar vermektedir. Batılı kültürel değerlerden dolayı da çoğunlukla riske daha fazla değer verildiğinden, genellikle Batı'da yapılan araştırmalarda grubun bireyden daha riskli karar verme olgusu ortaya çıkmaktadır.

Burada da sosyal hızlandırma kavramının açıklayıcı olarak kullanılması düşünülebilir. Şöyle ki, hangi davranışa (riske ya da tedbire) eğilim daha fazla ise, bu (baskın) tepki, grup ortamında daha artma olasılığı bulacaktır. Böylece, kültürel değerlerden ötürü risk eğilimi daha üstün (dominant) olduğundan, grup içinde riskli davranış daha da artacaktır. Örneğin, Carlson ve Davis (1971), iki farklı kültürde grup tartışmalarını incelemişlerdir. Bu kültürlerden birinde riske daha fazla değer verilirken (Amerika), diğerinde (Uganda) tedbirli olma eğilimi daha fazlaydı. Uganda'da, gruplardaki bireylerin tartışmaların başlangıcında sahip oldukları bireysel düşünceler Amerika'daki

bireylerinkinden daha tedbirliydi. Grup tartışmaları, Uganda'daki bireylerin düşüncelerinin daha tedbirli tarafa doğru kaymasına, Amerika'daki bireylerin düşüncelerinin ise daha riskli tarafa doğru kaymasına neden olmuştur. Gologor (1977), Liberya'da – tedbirli olmaya eğilimli bir Afrika kültürü– yaptığı bir araştırmada da, grup kararlarının grup süreci sonunda başlangıçta olduğundan daha temkinli olduğunu gözlemiştir.

Bu çeşitli açıklayıcı etkenler, özellikle kültürel değer ve bir dereceye kadar da sorumluluk dağılması ve sosyal hızlandırma kavramları grubun riske girme davranışını daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadırlar.

Uçlara Kayma

Yukarıdaki tartışmalar grubun genel eğiliminin de önemini gösteriyor. Eğer grubun eğilimi riske girmeye yönelik değilse, bu durumda grup kararı bireyin kararından daha çok risk içermiyor, hatta bireyin kararından daha temkinli olabiliyor. Bu konuda yapılan pek çok araştırma sonunda 3 temel bulgu elde edilmiştir. Bu bulgulardan birincisi "uçlara kayma" olarak adlandırılıyor. Yapılan araştırmalar, grupların bireylerden sadece daha riskli değil, aynı zamanda daha tedbirli ve tutucu seçimler yaptığını da gösteriyor (örneğin, Stoner, 1968; Frase ve ark., 1971). Başka bir deyişle, grupların her konuda, bireylerin tek başlarına yaptıkları seçimlerin ortalamalarından daha uçlara doğru kaydıkları görülüyor. Bu yüzden başlangıçta "riske girme eğilimi" olarak adlandırılan bulgular için daha sonraları "uçlara kayma" deyimi kullanılmaya başlanmıştır (örneğin, Moskovici ve Zavalloni, 1969). Uçlara kayma olgusunun genel ve güçlü bir olgu olduğu çok farklı denek topluluklarında yapılan araştırmalarla saptanmıştır (Myers ve Lamm, 1976).

Araştırmalarda ortaya çıkan ikinci bulgu, grubun ne ölçüde "aşırı"ya kayacağı, grup üyelerinin başlangıçtaki fikirlerinin ortalamasıyla doğru orantılı olduğudur (Teger ve Pruitt, 1967). Örneğin, grup üyeleri başlangıçta aşırıya yakın fikirlere sahiplerse, grubun varacağı karar da o oranda daha fazla aşırıya kayar.

Yapılan araştırmalarda ortaya çıkan başka önemli bir bulgu ise, aşırıya kayma olgusunun sadece Stoner ve Wallach'ın deneklerine yönelttikleri sorularla sınırlı olmadığıdır. Grubun aşırı uçlara kayması birçok farklı alanda görülmüştür; kumarda yapılan seçimler, fiziksel güzellikle ilgili seçimler, jürilerin verdiği kararlar vb. Ayrıca, bu bulgunun uluslararası geçerliği olduğu da söylenebilir; çünkü aynı sonuçlar ABD dışında İngiltere (Bateson, 1966), İsrail (Rim, 1963) , Fransa (Kogan ve Doise, 1969) ve Almanya'da da (Lamm ve Kogan, 1970) bulunmuştur.

Gruplarda Uzlaşma

Grup içinde tartışmaya başlamadan önce, grup bireylerinin hepsinin aynı düşüncede olduğu durumlar herhalde oldukça azdır. Başlangıçta herkesin kendine göre bir fikri vardır ve onu savunur. Grup içinde bir karara varmadan önce kişiler birbirleriyle tartışır, görüş alışverişinde bulunur ve sonunda çoğunlukla bir noktada birleşir, yani

uzlaşmaya varırlar. Yapılan her tartışma sonunda bir uzlaşmaya varılamayabilir, ancak *genelde* bir sonuca ulaşılır. Bireysel fikirlerin toplu bir kararda birleşmesi nasıl gerçekleşir, uzlaşmaya nasıl varılır?

Bu soruya yanıt aramaya başlamadan önce, gruplarda alınan kararların özelliklerine bakalım. Gruplarda alınan kararların türlerini *zihinsel kararlar*dan *yargısal kararlara* doğru uzanan bir çizgide toplayabiliriz (Laughlin, 1980; Laughlin ve Early, 1982). Çizginin bir ucunda bulunan zihinsel kararlar, doğru, mantıklı çözümler gerektiren kararlardır. Matematik problemleri, görsel yargılar, genel kültür bilgilerine dayalı sorular vb. bu tür kararlara örnek olarak gösterilebilir. Burada grubun yapması gereken, doğru cevabı bulmaktır. AIDS sorununa çözüm bulmak için uğraşan bir grup araştırmacının, birlikte bir ev inşaatında çalışan bir grup yapı ustasının vermek zorunda oldukları kararlar, zihinsel kararlara örnektir. Diğer uçta bulunan yargısal kararlar ise sosyal, kişisel, etik veya estetik konularda alınan kararlardır. Bu tür konularda, varılması gereken doğru veya yanlış kararlar yoktur. Akşam arkadaşlarla beraber gidilecek filmin seçilmesine karar vermek veya bir ailenin tatile nereye gideceğine karar vermesi, yargısal kararlara örnektir.

Grubun alacağı kararın türü, grubun üyeleri üzerinde ne tür bir etkisi olacağını belirler. Sosyal etkinin işlendiği üçüncü bölümden de hatırlayacağınız gibi, sosyal etkiyi normatif (kuralsal) ve bilgisel sosyal etki olarak ikiye ayırabiliriz. Gerçeği aydınlatıcı ya da kısaca doğru olanı içerdiğine inandığımız bilgisel sosyal etkinin, zihinsel kararlar gerektiren işlerle uğraşan bir grupta görülme olasılığı yüksektir. Normatif etki ise daha çok yargısal kararlarla uğraşan gruplarda görülür (Kaplan ve Miller, 1987; Stasser ve Stewart, 1992).

Grup Düşünü

Grup içinde uzlaşmaya varma çabaları bazen fikirleri birbirine benzeyen insanların görüş birliği oluşturma baskısı hissetmesiyle istenmeyen yönlere gidebilir. Özellikle, mutlaka bir karar verilmesi gereken durumlarda, bir karara varmak o karara nasıl varıldığından daha çok önem kazanır ve birçok önemli olabilecek nokta göz ardı edilerek sonuca ulaşılır. Azınlığın öne sürdüğü fikirler bir kenara itilebilir, bağımsız düşünce hoş görülmez ve grubun tamamının uyum göstermesi beklenir. Bütün bu beklentiler, gruptaki herkesin verilecek kararın doğru ve geçerli bir karar olduğu konusunda hemfikir olmasını sağlamaya yöneliktir. Buna ulaşabilmek için sağlıksız hatta mantık dışı yöntemler kullanılabilir. Irving Janis (1972) "grup düşünü" terimini, uzlaşmaya ulaşmak için gösterilen olağanüstü çaba sonunda zihinsel etkinlik, gerçeğe uygunluk ve ahlaki yargıların kalitesinin düşmesi olarak tanımlamıştır. Uzlaşma elde etme isteği, varılacak fikrin olumlu ya da olumsuz sonuçları hakkında objektif ve eleştirel bir analiz yapma güdüsünü ortadan kaldırabilir. Janis'e göre, "grup düşünü", en iyi kararı almak yerine grup içi atmosferin olumlu olmasının daha fazla önem kazandığı durumlarda daha çok öne çıkar.

Janis, grup düşününün oluşmasında rol oynayan 3 etkenden bahsetmiştir. Etkenlerden ilki, *grup üyelerinin birbirine bağlılığı*dır. Eğer grup üyeleri birbirine çok bağlıysa, üyelerden uyum göstermeleri de o derece fazla beklenir. Üyeler gruplarına fazlasıyla bağlılarsa ve grupları tarafından onaylanmak onlar için önemliyse, diğer üyelerin kendilerini etkilemelerine izin verirler (Forsty, 1992). Diğer iki etken de, *tehdit edici bir durum* ve *yapısal ve süreçsel yanlışlar*dır.

Grup üyelerinin birbirine bağlılığı bu iki etkenle birleşirse, grubun "grup düşünü" oluşturma olasılığı yükselir. Tehdit içeren ya da stres yaratan bir durumda, verilecek kararın doğruluğundan çok, bir an önce bir karara varılması önem kazanır. Zaman baskısı altında karar verilmesi gereken bir konu üzerinde uzun uzun düşünmek mümkün olmayabilir. Buna ek olarak, tehdit oluşturan ve stresli durumlarda insanlar başkalarından destek görme gereksinimi içinde olurlar, bu da grubun üyeleri üzerindeki etkisini artırır.

Yapısal ve süreçsel yanlışlar, karar alırken sistematik yaklaşımları kullanma ve alınan kararları gözden geçirme konusundaki eksikliklerle, grubun grup dışı bilgi ve görüşlerden soyutlanmış bir şekilde kendi içinde çalışması gibi yanlışları içerir.

Janis'e göre bir grubun "grup düşünü" sorunu yaşadığını anlamak için grupta aşağıdaki üç durumun var olup olmadığına bakmak bize büyük ölçüde fikir verir:

1. *İnsanın önemsediği grubunu gözünde büyütmesi*: Grup üyeleri, kendi gruplarının karar verme erkinin güçlü ve sorgulanmaz olduğuna inanırlar. Dışarıdan gelen eleştirilere ve uyarılara kulak asmaz, gruplarının verdiği kararlara sonsuz güven duyarlar.

2. *Kapalılık*: Grup üyeleri aldıkları kararların doğru olduğuna dair açıklamalar ya da bahaneler bulurlar ve karşıt gruplar hakkında kalıp yargılar oluştururlar. Alınan karara eleştirel bir gözle bakmak yerine, ne kadar doğru bir karar almış olduklarına inanmaya ve birbirlerini inandırmaya çalışırlar.

3. *Grupta 'aynılığa' doğru artan baskı*: Grubun kararları ile ilgili şüpheleri olan üyeler kabul görmez, herkesin aynı fikirde olması beklenir. Hatta grup üyeleri, kararla ilgili şüphe duyduklarını fark ettiklerinde kendi kendilerini sansür ederler. Üyeler aynı zamanda da dışarıdan kararın sorgulanmasına yol açacak bilgilerin gruba ulaşmasını engellemeye çalışırlar. Grupta oluşan söz birliği beklentisi grubun almış olduğu kararın, doğru olmasa bile, onaylanmasını kolaylaştırır. Gruplarda bir karar alındıktan sonra kararla ilgili sorular sormaya devam eden kişilere "tamam artık, karar alındı, ortalığı karıştırma" gibi sözler söylediğimiz zamanlar olmuştur. Alınan karardan farklı düşündüğümüz zamanlarda, bazen dilimizi tutup kendi fikrimizi öne sürmekten kaçınabiliriz. Grup içindeki "aynılık" beklentisi üyeleri özgün olmak ve bunu dışarı vurmak konusunda cesaretsiz kılabilir.

"Grup düşünü"ne nasıl engel olunabilir? Janis (1982) gruplara aşağıdaki önlemleri almalarını öneriyor:

1. Farklı seçeneklerin görüşülmesi için, grup içi ayrılıkların ve sorgulamaların normal kabul edilip cesaretlendirilmesi gerekir. Grup hiyerarşisinde üstte bulunan kişile-

rin her söylediğini kabul eden kişiler değil, şeytanın avukatlığını yaparak grubun tercih ettiği kararla ilgili zayıf yönleri ortaya çıkaracak ve itirazlarda bulunacak kişiler desteklenmelidir.

2. Nesnelliğin kaybedilmemesi için, grup dışından insanlar çağırılabilir ve onlara alınmış olan kararla ilgili düşünceleri sorulabilir. Farklı fikirlere sahip farklı gruplar aynı konu üzerinde aynı anda çalışıp, fikir alışverişinde bulunabilir veya grup birkaç alt gruba bölünüp konuya farklı açılardan yaklaşmayı deneyebilir.

3. Uzlaşmaya ulaşma çabası içinde ortaya çıkan söz birliği baskıları, kapalı oylama ile azaltılabilir. Grup liderinin rolü aza indirilebilir ve insanların kendi söylediklerini eleştirmeleri, şüphelerin söze dökülmesi ve söylenenlere itiraz edilmesi cesaretlendirilebilir.

Sosyal psikolojide grup düşününün nasıl oluştuğunu ve nasıl sonuçlara yol açtığını inceleyen araştırmalar çok sayıda olmasa da, ortaya çıkardıkları bulgular dikkat çekmiş ve özellikle grup düşününün önlenmesine yönelik bilimsel öneriler gerçek hayatta uygulamaya konmuştur. Örneğin, 19 Mart 2003 Irak işgali bu durumun yani grup düşününün bir sonucudur. Bush yönetimi sadakate önem veren benzer fikirlere sahip kişilerden oluşmuştu ve savaş konusunda eleştirel bakış açısı tamamen bir kenara bırakılmıştı. Sonuç, etkileri bugün bile yaşanan trajik bir işgal olmuştur (Franzoi, 2006)

Sosyal Çıkmazlar: Grup Çıkarları ve Kişisel Çıkarlar

1978/1979'da Avrupa'nın birçok yerinde beklenmedik sertlikte bir kış yaşandı. Birçok yer uzun bir süre karlar altında kaldı ve su-elektrik kaynaklarında sorunlar baş gösterdi. Bazı yerlerde elektrik sağlamak için yerel regülatörler devreye sokuldu. Ancak bu regülatörlerden kısıtlı miktarda elektrik elde edilebildiği için, evlerdeki elektrik tüketimi belli kurallara bağlandı, böylece üretilen elektrik uzun süre az da olsa ihtiyacı karşılayabilecekti. Üretilen elektrikle bölgelerdeki yaşamsal önemi olan makinelerin çalışması sağlandı, ayrıca her eve örneğin bir tane lamba kullanım hakkı verildi. Önce insanlar bu uygulamayı olumlu karşıladılar; çünkü uygulamaların sonucunda hepsi daha uzun süre az da olsa elektrik kullanabileceklerdi. Fakat zamanla, insanların akşamları gizli gizli televizyon seyrettikleri, radyolarını açtıkları, birden fazla lamba kullandıkları anlaşılmaya başlandı. İnsanlar kısa vadede kendilerinin işine yarayacak yolu seçmişler, başkalarını ve hem başkalarının hem kendilerinin bir süre sonra içine düşecekleri durumu görmezden gelmişlerdi. Bu örnekte görüldüğü gibi, kişilerin çıkarlarıyla grupların çıkarları çatışabilir ve kişiler gruptaki tüm insanları düşünmek yerine, kendi kısa vadeli istek ve çıkarlarını ön planda tutabilirler. Böyle durumlara sosyal psikolojide *sosyal çıkmazlar* (dilemma) adı verilir.

Ülkemizdeki yeşil çevrenin nasıl yok olduğunu düşünürsek sosyal çıkmaza örnek bulmuş oluruz. Özellikle Ege'de zeytin ağaçlarının yazlık evler yapmak amacıyla kesildiğini ve oksijen açısından dünyanın en zengin bölgelerinden biri olan Kaz Dağı

eteklerinin giderek kesimler yüzünden bu özelliğini kaybetmeye yüz tuttuğunu düşünürsek sosyal çıkmazın ne demek olduğunu daha kolay anlarız. Aslında birçok zaman kendi yapmak istediklerimizin karşısında sosyal kuralları buluyoruz. Sosyal kuralların bireyden çok toplumu düşünerek kondukları düşünülürse, demek ki birçok kere kendi yapmak istediklerimizle toplum için doğru olanı yapmak arasında bir karar vermek zorunda kalıyoruz. Böyle anlarda hangi yönde karar vereceğimiz çok önemli sonuçlar yaratabilir. Örneğin trafikte, kırmızı ışıkta acelemiz olduğu için durmamayı tercih etmek (kısa vadeli kazanç: gideceğimiz yere geç kalmamak), uzun vadeli çok olumsuz sonuçlara yol açabilir. Bu örneklerden de anlaşıldığı gibi sosyal çıkmazlar çok küçük ölçeklerde olabildiği gibi, çok büyük ölçekli (örn. tüm dünyayı ilgilendiren) konularda da yaşanabiliyor.

Sosyal çıkmaz durumlarında, insanlar karışık güdüler içinde kalır. Hem bencil davranmak hem de işbirliği yapmak insanın işine gelir. Kısa vadede bencil davranmak işe yarayabilir, ancak uzun vadede işbirliği yapmak hem grubun tümünün hem de kişinin yararınadır. Araştırmalar, insanların neden bencilce ve hatta zaman zaman aptalca davrandıklarına baktığında, tembelliğin, korkunun, hırsın ve açgözlülüğün insanları bencilce davranmaya ittiğini göstermiştir (Bruins, Liebrand ve Wilke, 1989). Ayrıca insanlar başkalarının kurallara uymadığını ve toplu kaynakları boşa harcadığını gördüklerinde, kendi sorumluluklarından vazgeçmeye eğilimli olurlar ve onlar da gördükleri kişiler gibi "ne koparsam kardır", "Gemisini kurtaran kaptan" düşüncesiyle hareket ederler (Kerr, 1983). Çevremizde bunun çeşitli örneklerini görebiliriz.

İnsanların sosyal çıkmazlarda kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmelerinin bir başka nedeni de, sosyal çıkmazların gerçek çıkmaz ve sorun haline gelmesinin zaman almasıdır. Örneğin, Ege'deki zeytin ağaçlarının kesilmesi doğayı ve turizmi hemen etkilemez. Olumsuz etkiler belki de o olumsuz etkilere neden olanların yaşamlarında tanık olamayacakları kadar geç bir zamanda ortaya çıkar. Ortaya çıkabilecek olumsuz sonuçların bizden çok uzakta görünmesi de insanların kendi çıkarlarını düşünmelerine yol açar. Bu nedenle, çevre kirlenmesi, sera etkisi, küresel ısınma gibi "uzak" ve uzun vadeli sorunların çözümü için insanların önlem almalarını sağlamak çok zordur. Öte yandan, kendimiz için yapacağımız seçimin getirisini hemen almak mümkün olabilir, örn. bir müteahhit zeytin ağaçlarının yerine yaptığı yazlık evleri satarak parasını kazanır.

Sosyal Çıkmazların Çözümü Var Mıdır?

Yukarıda verilen örneklerden çıkarabileceğimiz sonuç şudur: sosyal çıkmazların çözülmesinin yolu, insanların, sorunların çözümünde işbirliği yapmasıdır. Peki, bu nasıl sağlanır? Bu konuda yapılan araştırmalar, bu sorunun cevabının çok kolay verilemediğini gösterse de, insanlarda işbirliğini artıracak bazı çözüm önerileri sağlamıştır. Şimdi bunlara bir göz atalım:

a) Bencil davranışların cezalandırılması: Sadece kendi çıkarını düşünen kişilerin işbirliğinde bulunmasını sağlamanın bir yolu, onları buna zorlamaktan geçer. Toplum yararına konmuş kurallara uymayanlara ceza uygulanabilir (Cross ve Guyer, 1980; Sato, 1987).

b) Eğitim: Sosyal çıkmazları önlemenin ikinci bir yolu da grup üyelerini eğitmektir. Araştırmalar gösteriyor ki, yapacakları davranışların sonuçları hakkında bilgilendirilen kişilerin sosyal sorumluluğu ve işbirliği artıyor ve bencil, sorumsuz davranışlarında azalma görülüyor (Rapoport, 1988a, 1988b).

c) Grupla özdeşleşme: Eğer grup üyeleri, kendilerini grupla özdeşleştirip onun bir parçası olarak görme eğilimine girmişlerse, işbirliğinde bulunma olasılıkları artar (Brewer, 1979). Brewer ve Kramer (1986), yaptıkları araştırmalarda, grup kimliğinin ve aidiyetinin öne çıktığı durumlarda insanların toplu kaynak kullanımlarını denetlediklerini göstermişlerdir. Demek ki, gruplar üyeleri arasında bir "birliktelik ruhu" yaratabilirse, sosyal çıkmaz durumlarında grup çıkarlarının kişisel çıkarların önüne geçmesi sağlanabilir.

d) Eşgüdümlü işbirliğine yönelimin desteklenmesi: Bazı insanlar sosyal çıkmaz durumlarında kaldıklarında bencil davranıp kendilerini düşünürken, bazıları benzer durumlarda topluluğun çıkarlarına uygun davranabiliyorlar. Bu farklılık, insanların sosyal değer yönelimlerindeki farklılıklardan kaynaklanır. Sosyal değer yönelimi, kaynakların veya ürünlerin insanın kendisi ve başkaları arasında nasıl dağıtılacağına ilişkin kararlardır (Knight ve Dubro, 1984; 1978). Toplulukçu yönelimi olan insanlar ortak kazanımın artırılmasına çalışırken, bireyci yönelime sahip insanlar, başkalarının ne kazandığını umursamaz, kendilerine en yüksek payı almaya çalışırlar; rekabetçi yönelimi olan kişiler de başkalarını mümkün olduğu kadar çok saf dışı bırakarak, en fazlayı elde etmeye çalışırlar. Bir sosyal çıkmazı çözmek, işbirliğine yönelimli kişilerin oluşturduğu bir grupta daha kolay olacaktır (Kramer, Mc Clintock ve Messick, 1986). Bu doğrultuda, insanlarda küçük yaştan itibaren işbirliğine yönelimin gelişmesi için çaba harcanmalıdır.

e) Grup tartışmalarına olanak sağlamak: Son olarak yararlı bir yöntem, insanların kendi aralarında, sosyal çıkmazı oluşturan sorunla ilgili tartışmalarını sağlamaktır. Araştırmalar, konu üzerinde tartışması sağlanmış grupların, sorunların % 95'inde işbirliğine yönelik tavır takındıklarını göstermiştir (van de Kragt ve ark., 1986). Tartışma neden bu kadar etkilidir? Bir kere bir sorunun tartışılması, o sorunun su yüzüne çıkmasını, insanların onun farkına varmasını, bilinçlenmesini sağlar. Ayrıca, tartışma, insanların başkalarına o konuyla ilgili olarak ne yapacaklarını söylemelerine, hatta bazı sözler vermelerine neden olabilir ve bu sözler, gruptaki kişiler arasında bir tür anlaşma oluşturabilir (Bonacich, 1976; Kerr ve Kaufman-Gilliland, 1994). Yüksek sesle verilmiş bir söze uyulmadığında, sözün verilmesine tanık olmuş kişilerin "Ama, sen .... demiştin" demelerine olanak verir. Bu da insanların kendilerini kontrol etmelerini sağlar (Orbell, Van de Kragt, ve Dawes, 1988).

Burada sosyal çıkmaza çözüm önerisi olarak belirtilen noktalar göz önünde tutulduğu ve uygulanmaya çalışıldığı zaman kişisel çıkarlardan ortak çıkarlara doğru yönelmemiz daha kolaylaşacaktır.

İş Ortamlarında Görülen Çatışmalar

Grup denince aklımıza çalışma grupları da gelir. Bir iş yerinde çalışan kişiler genellikle başka çalışanlarla birlikte ortak görevler yürütürler, birlikte kararlar alır ve bunları uygularlar. Birçok kişi işinin gereğini yerine getirebilmek için başkalarına bağlı durumdadır. Bilgiyi ve araç gereci çoğunlukla başka çalışanlarla paylaşır. Çalışanların iyi performans gösterebilmesi, içinde bulundukları iş grubunun sorunsuz yürümesiyle sıkı ilişkilidir. Bu nedenlerle gruplarda yaşanan süreçlerin en iyi incelenebileceği yerlerden biri de çalışma ortamlarıdır.

Bir çalışma ortamında işlerin sağlıklı yürümesi için o ortamda çalışanların işbirliği içinde olması beklenir. Oysa işbirliğinin görülmediği durumlar pek de az değildir. İnsanların birlikte çalışmak yerine, birbirleriyle çatışmaya girebildiğini, yani birbirleri için değil birbirlerine karşı ve birbirlerinin çıkarlarına zarar verecek şekilde çalışabildiklerini görüyoruz. Yapılan araştırmalarda, çeşitli şirketlerdeki yöneticiler, zamanlarının % 20'sini grup içi veya gruplar arası çatışmaları çözmek için harcadıklarını söylüyorlar (Baron, 1989; Kilmann ve Thomas, 1977). Ayrıca çatışmaların sona ermesi de sorunun tamamen yok olmasını sağlayamayabilir. Çatışmalardan doğan kişilerarası sorunlar aylarca, hatta yıllarca devam edebilir ve verimliliği düşürebilir. Grup içi çatışmaların nedenleri neler olabilir? Organizasyonlar çatışma oluşmasını veya olduğu takdirde grubun bundan çok zarar görmemesini nasıl sağlayabilirler? Sosyal psikologlar bu sorulara yanıt verebilmek için çeşitli çalışmalar yapmışlar ve aşağıdaki sonuçlara varmışlardır:

Önceleri bu konuda yapılan çalışmalar, daha çok organizasyonlardaki sorunların çatışmalara yol açtığı tezini savunmuşlardı (örn. Baron, 1993). Yani, şirketlerin yapısı ve işleyişi ile ilgili sorunlar çatışmaların nedeni olarak gösteriliyordu. Bu nedenler arasında şirket içi güç ayrımındaki sorunlar, şirket içi kaynaklar için rekabet, bir işi yerine getirebilmek için başkalarına bağımlı olma, sorumlulukların net tanımlanmamış olması gibi sorunlar öne sürülüyordu. Daha sonraları başka bir görüş açısı belirdi. Bu bakış açısında, daha çok kişisel ve kişilerarası düzeydeki etmenlerin çatışmalara yol açtığı ileri sürülüyordu; örneğin çatışmaların kişilerden, kişilerarası ilişkilerden ve insanların başkaları hakkındaki düşüncelerinden kaynaklandığı söyleniyordu (örneğin, Baron, 1990; Hammock ve Richardson, 1992; Kabanoff, 1991). Yanlış iletişim, yanlış atıflar, kalıp yargılar, eşitsizlik duygusu gibi kişisel etmenlerin çatışmaya yol açabileceği, yapılan araştırmalarla gösterildi.

Bu araştırmalara bir örnek, insanların hatalarının nedenleri ile ilgili yapılan yanlış atıflardır. Örneğin, iş yerinde sizin çıkarlarınızı engellediğini düşündüğünüz bir kişi varsa, yani çatışma için uygun ortam mevcutsa, bu kişinin neden böyle davrandığına bir açıklama getirmeye çalışırsınız. Size zarar vermek için, kötü niyetinden mi böyle

davranıyor? Yoksa onun kontrolü dışındaki etmenlerden ötürü mü böyle davranmak zorunda kalıyor? Bulgular, birinci türden bir açıklama getiren kişilerin daha çok kızgınlık yaşadığını ve çatışmanın uzama olasılığının arttığını gösteriyor (Bies, Shapiro ve Cummings, 1988; Shapiro, Buttner ve Barry, 1993). Demek ki, insanların bize neden kötü davrandıklarını içsel nedenlerle yani onların kişisel özellikleriyle açıkladığımızda o kişilere karşı tepkimiz olumsuz, dışsal nedenlerle açıkladığımızda ise biraz daha olumlu olabiliyor. Dördüncü bölümde incelediğimiz atıf süreçlerinin çalışma ortamlarında da büyük etkiye sahip olduğu ve çatışmaların meydana gelmesinde önemli rol oynadığı görülüyor.

Okuma Parçası - 7: Çalışma ortamlarındaki çatışmaların etkileri nasıl azaltılabilir?

Çatışmalar, iş üretmeyi amaçlayan çalışma yerleri ve orada çalışan insanlar için oldukça pahalıya mal olabilir. Bu yüzden çatışmaların olumsuz etkilerini azaltmak için gerekli önlemleri almak önem taşır. Şimdi sizinle bu önlemleri inceleyelim.

Çatışmaları çözmeye yönelik tekniklerden bir tanesi "pazarlık etmek" tir (Sheppard, Bazerman ve Lewicki, 1990). Taraflar birbirlerine tekliflerde bulunur, birbirlerini ikna etmeye ve böylece bir sonuca ulaşmaya çalışırlar. Eğer bu süreç başarılı bir şekilde sona ererse çatışma çözülür; ermezse çatışma daha şiddetli bir şekilde devam eder. Pazarlıkların sonucunu etkileyen etmenlerden bir tanesi, tarafların uyguladıkları taktiklerdir. Etmenlerden bir diğeri, pazarlığa katılan tarafların birbirlerini algılama biçimleridir. Thompson ve arkadaşlarının yaptığı araştırmalarda, tarafların pazarlığa, çoğunlukla durumla ilgili yanlış algılamalarla girdikleri ortaya çıkmıştır (Thompson, 1990; Thompson ve Hastie, 1990). Özellikle, taraflar, kendi çıkarlarının ve karşı tarafın çıkarlarının birbirine tamamen zıt, karşıt olduğu görüşüyle işe başlarlar. Buna "karşıtlık hatası" denir. Bu hata, tarafların aslında birbirine karşıt olmayan çıkarlarını gözden kaçırmalarına neden olur.

Pazarlıklarda karşılaşılan bir başka hata, tarafların diğer taraf için her konunun aynı önceliği taşıdığını düşünmesidir. Oysa taraflar çok önemli bulmadıkları konularda özveride bulunabilirler ve böylece sonuca daha kolay ulaşılabilir. Ne yazık ki, çıkarlar ve önceliklerle ilgili yanlış algılamalar, pazarlık süreçlerinin zora girmesine neden olur, özellikle de görüşmelerin daha ilk anlarında. (Thompson ve Hastie, 1990). Bunu önlemenin yollarından biri, karşı tarafın çıkarları ve öncelikleri hakkında net bir geribildirim almaktır ve bunu pazarlık süresince arada sırada tekrarlamaktır. Böylece, algısal hataların farkında olunur ve önlenmeye çalışılır.

Pazarlıkta etkili olan bir başka etmen de tarafların pazarlık sürecine nasıl yaklaştıklarıdır. Araştırmalar bazı kişilerin *"kazan-kaybet"* (bir tarafın kazanması diğer tarafın kaybetmesi) anlayışıyla, bazılarının ise *"kazan-kazan"* (iki tarafın kazançlarının azamiye çıkarılmasına çalışmak) anlayışıyla sürece yaklaştıklarını göstermiştir (Pruitt ve ark., 1983). İkinci yaklaşım çok daha yapıcıdır.

Çatışmaları çözmeye yönelik diğer iki teknik de şunlardır: Birincisi, tarafların çıkarlarını kapsayacak bir üst amaç yaratmak. Daha önce de belirttiğimiz gibi, önyargıların en önemli temeli dünyayı "biz ve onlar" şeklinde algılamaktır. Eğer ortak amaçlar yaratılırsa, bu ayrım ortadan kalkar ve işbirliği rekabetin önüne geçer (Sherif ve ark., 1961). İkinci teknik, saldırganlığı azaltmak için kullanılır (Baron, 1984; Baron ve ark., 1990). "Karşıt cevaplar stratejisi" adı verilen bu teknikte, kızgınlık ve saldırganlık duyguları taşıyan bireylerin, bu duyguların zıttı tepkiler ve duygusal ortamlar yaratılarak duygularından uzaklaşmaları sağlanır. Karşı tarafta olumlu duygulara yol açabilecek herhangi bir davranış, çatışmanın şiddetini ve uyanan olumsuz duyguları azaltmaya yarayabilir. Çatışmaların çözümünde hangi yolların tercih edildiği de kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Kozan ve Ergin'in (1998), Türkiye ve ABD'de yaptıkları bir araştırmada, Türklerin çatışmaları üçüncü bir kişinin yardımıyla çözme yolunu tercih ettikleri görülmüştür. Amerikalılarsa, sorunu çatışma yaşadıkları kişiyle birebir çözmeyi daha uygun görmektedirler. Bu çalışma, daha önceyapılan bu konudaki başka kültürlerarası çalışmaların sonuçlarını destekler niteliktedir (Kozan, 1989; Kozan ve İlter, 1994)

Yukarıda sözünü ettiğimiz bulgular, gruplarla ilgili kuramların çalışma çevrelerindeki sorunların çözümüne, böylece çoğu insanın yaşamının büyük bölümünü geçirdiği iş yerlerindeki ortamların daha iyiye gitmesine nasıl katkıda bulunduğunu göstermektedir. Sosyal psikoloji alanında yapılan araştırmaların günlük hayatta işe yararlılığını görmek öğrendiklerimizi daha da anlamlı kılacaktır. Örneğin, dünyada ve Türkiye'de etkin takımların oluşturulması ve ekip çalışmasının verimliliğinin arttırılmasına yönelik onlarca eğitim ve danışmanlık şirketi hizmet vermekte ve bu hizmeti kullanan pek çok özel ve kamu kurum ve kurulusu bulunmaktadır.

BÖLÜM 10

SOSYAL PSİKOLOJİ VE KÜLTÜR

Amerika'da çocuk ve ergenlerle yaptıkları bir araştırmada Rohner ve Pettengill (1985) ana-babası sıkı disiplin (denetim) uygulayan çocukların, ana-babalarının onları sevmediğini düşündüklerini bulmuştu. Benzer bulguları Almanya'da da elde ettiler. Aynı araştırma Kore'de tekrarlandığı zaman ise tam tersi bir sonuç ortaya çıktı. Yani, sıkı disiplinli ana-babaların çocukları, kendilerinin sevildiğini düşünüyordu. Japonya'da da Kore'dekine benzer sonuçlar alındı (Trommsdorff, 1985); hatta Japon çocuklar ana-babaları onlara sıkı disiplin *uygulamıyorsa*, sevilmediklerini düşünüyordu. Aynı davranış, yani sıkı ana-baba disiplini, nasıl oluyor da bir kültürel ortamda sevgi anlamı taşırken bir diğer kültürel ortamda tam tersi anlamına geliyor? Bu bölümde bu sorunun cevabını ele alacağız. Bütün düşüncelerimizi ve davranışlarımızı etkileyen *kültür* kavramını inceleyeceğiz.

Bundan önceki bölümlerde de işlediğimiz sosyal psikoloji konularına bir de kültür penceresinden bakmaya çalıştık. Sosyal psikoloji araştırmalarında yakın zamana kadar göz ardı edilen kültürel özellikler, artık daha çok önemseniyor ve araştırmalara konu ediliyor. Farklı kültürlerde yapılan araştırmalar gösteriyor ki, birçok sosyal psikolojik süreç kültürden etkilenmekte ve dolayısıyla her yerde aynı şekilde seyretmemektedir. Bu gerçeğin farkına varılması, kuram oluşturma sürecinde ve eldeki kuramların uygulamaya konmasında farklı bir bakış açısına gereksinim doğurmuştur. Batı'daki araştırmalarda oluşturulan kuram ve uygulamalar, kültürel özelliklerin farklılık gösterdiği yerlerde her zaman işe yaramamıştır. Görülen sosyal psikolojik süreçler farklı olduğu için, o farklı süreçleri anlamak ve açıklamak amacıyla değişik perspektiflere gerek duyulmuştur. Bunu farkeden sosyal/kültürel psikologlar boş durmamış ve kültürü içine alan sorular sormuşlar, cevaplar bulmaya çalışmışlardır. Farklı durumların kişi üzerindeki etkisini inceleyen sosyal psikoloji, kültür içinde insan kavramını incelemeye de yönelmiştir.

Bir başka örnekle kültürün önemini biraz daha vurgulayalım. Bunun için kendinizi Freudcu yaklaşıma sahip bir klinik psikoloğun yerine koymanızı isteyeceğiz. Bir gün 10-11 yaşlarında problemli bir erkek çocukla meşgul oluyorsunuz. Çocuk size dehşet içinde bir rüyasını anlatıyor. Bu rüyada babasıyla birlikte bir trafik kazası geçiriyorlar. Babası ağır yaralı, son bir kere oğluna suçlayıcı bir şekilde bakıyor ve ölüyor. Çocuk

kendini suçlayarak ağlıyor. Ne düşünürsünüz? Freudcu psikanalitik bir yaklaşımla, çocuğun Odipus kompleksi içinde annesinden kıskandığı babasından nefret ettiği, ondan kurtulmak istediği, bunu anlayacağını düşünüp ondan korktuğu ve bu bilinçaltı duygularından dolayı da suçluluk hissettiği sonucuna varabilirsiniz. Bu kuramsal açıdan bakıldığında, rüya bilinçaltı duygu ve istekleri (babanın ölümünü) yansıtmaktadır.

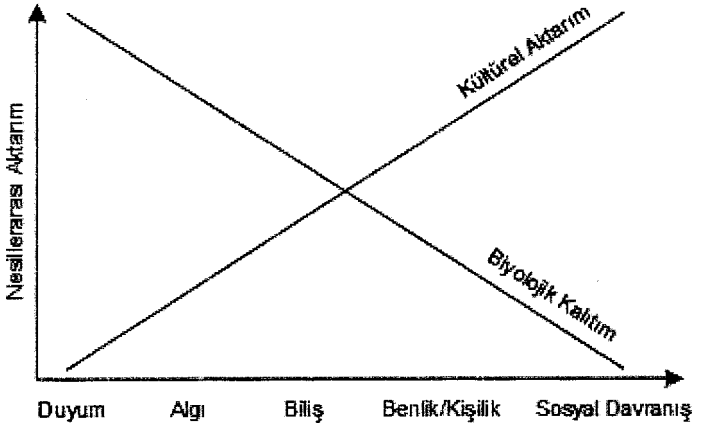
Buraya kadar bir hikâye gibi anlattığımız bu olgu, aslında önemli bir klasik antropoloji araştırmasının konusudur. Şöyle ki, Malinowski (1927) Pasifik Okyanusu'nda Trobriand Adaları'ndaki saha araştırmalarında Freud'un psikanalitik kuramının farklı bir kültürde de geçerli olup olmadığını görmek istedi. Oradaki erkek çocuklarla çalışmalarında, çocukların rüyalarında babalarının değil, dayılarının sık sık öldüğünü ya da zarar gördüğünü buldu. Dayı, annenin eşi ya da sevgilisi olmadığına göre, burada Freud'un ileri sürdüğü gibi cinselliğe dayanan bir kıskanma söz konusu değildi. Peki, bu kabilelerdeki çocuklar niçin dayılarına karşı negatif duygular besliyordu? Çünkü bu kabileler ana-soyluydu, yani sülaleler ve yerleşim düzenleri anne ailesine dayalıydı. Annenin abisi (dayı) aile reisiydi ve çocukların disiplini (cezalandırılması) da ona aitti. Babalar otorite sahibi değildiler.

Bu araştırmanın kültürel psikoloji için esas önemi metodolojiktir. Şöyle ki, bir saha araştırması neredeyse bir doğal deney olarak kullanılmıştır (bkz. Bölüm 2). Batı'da ve bizdeki gibi birçok toplumda da yaygın olan çekirdek ailede babanın iki farklı işlevi ve rolü vardır. Bunlardan biri annenin eşi olmak, diğeri de çocuğu disipline etmektir. Freud, gözlem ve kuramında bu iki rolden birincisini vurgulamış, ikinciyi dikkate almamıştır. Çocuğun babaya karşı negatif duygularını da bu cinsel temelli duygusal komplekse (soruna) bağlamıştır. Oysaki Malinowski'nin araştırması modern çekirdek ailede babanın çakışan bu iki işlevini ya da rolünü birbirinden ayırmıştır.

Bu sonuç, "Odipus Kompleksi" kavramının evrenselliğini sorgulamış, çocuğun babaya negatif tepkisinin annenin eşi/sevgilisi olmasından ötürü değil, kendisini cezalandırmasından ötürü olduğunu göstermiştir. Böylece, bir kültürde ayırt edilemeyen (çakışan) olguların bir başka kültürde ya da kültürlerarası karşılaştırmalarda ayırt edilebildiğini görüyoruz. Bu da kültürlerarası araştırmaların, kuramların evrenselliğini test etmek için metodolojik olarak çok önemli olduğunu ortaya koyuyor.

Peki, kültürün etkisi nereye kadar gidiyor? Biyoloji-kültür dinamiği nasıl işliyor? Yani biyolojik temellere dayanan evrensel davranışlarla kültürden etkilenen ve dolayısıyla bir kültürden ötekine farklılık gösteren davranışlar hangileridir? Bu soru, aynı zamanda, temel *doğa-çevre* sorunsalına da işaret ediyor. Bu sorunun elbette tek ve basit bir cevabı yoktur. İnsan davranışları nesilden nesile hem biyolojik (evrimsel) kalıtım, hem de kültürel aktarımla geçer ve devam eder. Şekil 10.1'de Boyd ve Richerson'un (1985) bunu ifade eden bir şemasını görüyoruz.

Şekil 10.1
Kültür-Biyoloji Dinamiği



Şekil 10.1'de de görüldüğü gibi, duyular ve algı gibi biyolojik bazlı temel psikolojik süreçlerden sosyal psikolojik süreçlere doğru gittikçe, göreceli olarak nesiller arasında biyolojik kalıtımın etkisi azalır, kültürel aktarımın etkisi artar.

Duyularda bile çevrenin etkisiyle kültürler arasında bazı farklılıklar bulunmuştur. Örneğin, Kalahari Çölü'nde yaşayan insanlar arasında, diğer toplumlardakinden farklı olarak yaş ilerledikçe işitme kaybı görülmüyor. Bu duyusal farklılık, bu insanların yaşamları boyunca sessiz çölde gürültüye hiç maruz kalmamalarındandır. Buna benzer başka farklılıklar da söz konusu olmakla beraber, genelde duyularda evrensel aynılıklar esastır. Algılarda da çevreye bağlı ilginç farklılıklar bulunmuştur. Örneğin, Segall, Campbell ve Herskovits (1966) araştırma yaptıkları Afrikalı kabilelerde, bizlerde yaygın olan bazı görsel algısal yanılgıların olmadığını buldular. Çok ilgi çeken bu bulgularını, *inşa edilmiş çevre* hipoteziyle (carpentered world hypothesis) açıkladılar. Şöyle ki, bu kabilelerdeki insanlar, hep yuvarlak kulübelerde oturuyordu ve hiç düz hatlı, dik açılı binalar görmemişlerdi. Bu nedenle, genelde düz çizgiler ve dik açılardan oluşan görsel yanılgılara düşmüyorlardı. Bu bulgulara rağmen, bugün algıların da çoğunlukla evrensel olduğu kabul edilmektedir.

Bu temel süreçlerden biliş, benlik ve sosyal psikolojik süreçlere doğru gittikçe, kültürün etkisi de çok daha belirginleşmektedir. Kitabın bu son bölümünde bu konulara kısaca değineceğiz (daha etraflı bilgiler için bkz. Kağıtçıbaşı, 2013). Şimdiye kadar her bölümde üzerinde durmaya çalıştığımız kültürün sosyal psikolojik süreçler üzerindeki etkisini ve özellikle de kültür-benlik ilişkisini ele alacağız.

Bireycilik – Toplulukçuluk

Kültürün sosyal psikolojik süreçler üzerindeki etkisi, esas olarak bireycilik-toplulukçuluk çerçevesinde incelenmiştir. Konuyu tartışmaya bu iki kavramı açıklayarak başlayalım. Bu iki kavram ilk olarak Tönnies (1887) tarafından "Gesellschaft-Gemeinschaft" (toplum-topluluk) kavramlarıyla gündeme gelmiştir. Daha sonra ise Hofstede'nin (1980) "Kültürün Sonuçları" adındaki kitabında ortaya koyduğu bu kavramlar, kültürlerdeki değer farklılaşmalarını en iyi açıklayan boyut olarak değerlendirilmiş ve sonrasında kültürlerarası çalışmalarda önem kazanmıştır.

Hofstede bireycilik ve toplulukçuluk kavramlarını şöyle tanımlamıştır: "Bireycilik, bireyler arasındaki bağların gevşek olduğu, herkesin sadece kendine veya çekirdek ailesine bakmak zorunda olduğu kültürler için geçerlidir. Toplulukçuluk ise, insanların doğuştan itibaren güçlü ve sıkı gruplara bağlı olduğu ve bu bağlılığın yaşam boyunca, sorgulanmayan bir sadakat karşılığında varolduğu toplumlarda vardır".

Hofstede'nin açıklamasından sonra bireycilik–toplulukçuluk esas alınarak kişinin başkalarıyla olan ilişkisine odaklanılmıştır. Örneğin; Triandis, McCusker ve Hui (1990) kişinin başkalarıyla olan ilişkilerini bireycilik–toplulukçuluk bağlamında şu şekilde özetlemişlerdir: Bireyci kültürlerde, bireyler içgruplarından duygusal olarak kopukturlar; ayrıklık ve özerklik gereksinimi büyüktür. Bu bireyler için kişisel amaçlar, grup amaçlarından önce gelir; davranışlar yarar–zarar analizi çerçevesinde incelenir ve başkalarıyla çatışma olağandır. Toplulukçu kültürlerde ise, kişinin benliği içgrup terimleriyle tanımlanır. Bireyler için grup amaçları bireysel amaçların önüne çıkar ve kişinin davranışları içgrubun istekleri ve normları doğrultusunda belirlenir. Grup içi çatışma hoşgörülmez, grup içi uyum önem taşır. İçgrup homojendir ve iç grup–dış grup ayrımı büyüktür. İtaate dayalı sosyalleşme, sosyal destek ve karşılıklı ilişkililik görülür.

Son yıllarda bireycilik-toplulukçuluk paradigması sorgulanmaktadır. Takano ve Osaka (1999) ve Matsumoto (1999) farklı kültürlerde katılımcıları bireycilik-toplulukçuluk üzerine karşılaştırdığında sonuçların bu paradigmayla çeliştiklerini gözlemlediler. Bu sonuçlar bu paradigmanın kavramsallaştırılmasında ve ölçülmesinde ortaya çıkan zorluklara dayanmaktadır. Oyserman ve arkadaşları (2002) bu çelişkili sonuçların metodolojik sıkıntılara dayandığını ileri sürmüştür. Ayrıca, yukarıda verilen tanımlarda da görüldüğü gibi bu kavramlar (bireycilik-toplulukçuluk) geniş birçok farklı süreci kapsayan bir şekilde kullanılabildiği için de sorun teşkil etmektedirler. Örneğin, bireyciliğin kavramlaştırılmasında ve ölçülmesinde ayrıklık üzerinde durulurken diğer taraftan da özerkliğin olduğu varsayılıyor; toplulukçulukta da ilişkililiğin yanında özerkliğin olmadığı varsayılıyor. Oysaki daha sonra da göreceğimiz gibi ayrıklık-ilişkililik ile özerklik-bağımlılık birbirinden bağımsız boyutlardır (Kağıtçıbaşı, 2013).

Bu konu günümüzde tartışmalı olarak varlığını sürdürmektedir; fakat unutmamak gerekir ki yukarıda da sözünü ettiğimiz gibi, birçok kültürel psikolog, kültürün bireycilik-toplulukçuluk boyutunu, kültürlerarası psikolojik farklılıkları açıklamak için kullanıyor (örn. duygular, düşünceler ve davranışlar arasındaki farklılıklar için). Bu farklılıklara değinmeden önce, kültürün biliş ve benlik ile ilişkisini inceleyelim.

Kültür ve Biliş

Yukarıda bireycilik ve toplulukçuluk kavramlarından söz ettik. Şimdi ise bireyci ve toplulukçu kültürlerde görülen bilişsel farklılıklara değineceğiz.

Daha önce de belirttiğimiz gibi, görsel algıda dahi kültürel farklılıkların olduğu görülmüştür. Daha sonraki yıllarda yapılan çalışmalar da kültürün kişilerin bilgi işlemede kullandığı bilişsel stillerde etkili olduğunu bulmuştur. Örneğin, Nisbett (2003) batı kültürlerinin bilgiyi işlerken *analitik* stili, doğu kültürlerinin ise *bütünsel* (holistic) stili seçmeye eğilimli olduklarını ileri sürmüştür. Yapılan birçok kültürlerarası çalışma da bu tezi destekleyici bulgulara ulaşmıştır (örn. Kitayama, Duffy, Kawamura ve Larsen, 2003).

En temel bilişsel süreç olan algılamada dahi kültürel farklılıklar ortaya çıkıyorsa, diğer bilişsel süreçlerde kültürün etkisinin görülmesi kaçınılmazdır. Sosyal Biliş bölümünde temel atfetme yanılgısı ve kendini kayırma eğiliminden söz etmiştik. Ancak kültürlerarası çalışmalar bazı yanılgıların tüm kültürlerde aynı şekilde deneyimlenmediğini bulmuştur. Şimdi bu yanılgıları daha etraflıca inceleyeceğiz.

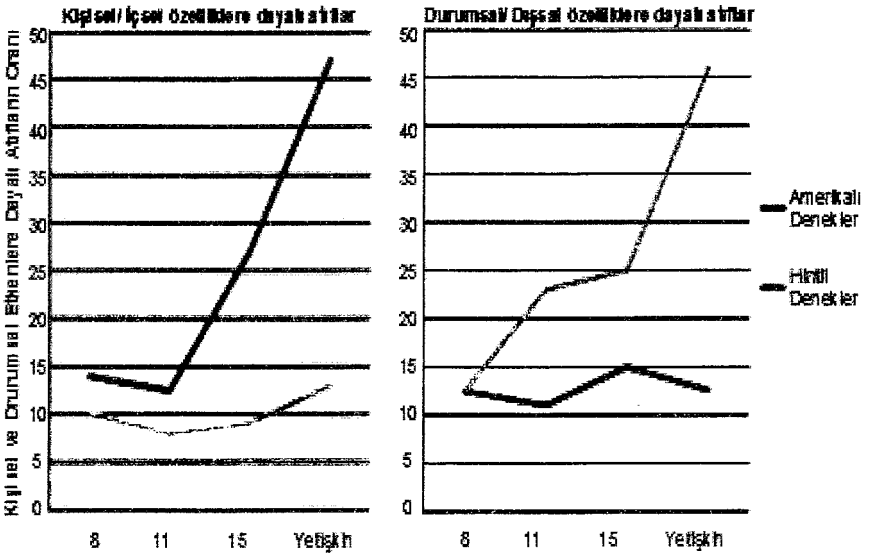
Temel Atfetme Yanılgısı Gerçekten Temel Bir Yanılgı Mıdır?

Temel atfetme yanılgısı, Batı (özellikle Amerikan) kültüründe yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır. Bireylerin özerk, içsel nedenlere dayanarak hareket eden varlıklar olduğu varsayılan batı toplumlarında bu tür bir yanılgının görülme olasılığı yüksektir. Araştırmalar da bu tahmini destekler niteliktedir. Bu yanılgının temel bir insan olgusu olup olmadığı ancak batı toplumu dışında yapılan araştırmalarla saptanabilir. Örneğin, yakın insanlar arası ilişkilerin yaygın olduğu toplulukçu toplumlarda, bireyin davranışının sosyal ortamdan, başkalarının beklentilerinden daha çok etkilenebileceği düşünülebilir.

Temel atfetme yanılgısı, sosyal bir davranışın nedenlerini durumsal özelliklere değil, kişisel özelliklere dayanarak açıklama eğilimine denilmektedir. Dördüncü bölümde bu konuyu ayrıntılı bir şekilde ele almıştık.

Farklı kültürlerin hüküm sürdüğü toplumlarda yapılan atıflarda farklılık olup olmadığını anlamak için Joan Miller (1984) değişik yaşlardaki Amerikalı ve Hintli kişilerden bazı olumlu ve olumsuz olayların ve davranışların nedenlerini tahmin etmelerini istemiştir. Sonuçlar bu iki kültürdeki 8-11 yaş arası çocukların atıflarında anlamlı bir farklılığın bulunmadığını göstermiştir. Ancak deneklerin yaşı arttıkça, Amerikalılar daha fazla kişisel/içsel özelliklere dayalı atıflarda bulunurken, Hintliler daha çok dışsal/durumsal etkenlere dayalı atıflarda bulunmuşlardır (bkz. Şekil 10.2). Örneğin, üniversite öğrencisi deneklere verilen bir yazılı haberde bir kişinin yolda gördüğü bir trafik kazasında bir yaralıyı hastaneye götürmediği belirtilmiş ve bu davranışın sebebini tahmin etmeleri istenmiştir. Amerikalı deneklerin önemli bir oranı (% 36) bu davranışı o kişinin kötü bir kişi olduğu, yardımsever olmadığı gibi kişisel/içsel nedenlerle açıklarken, küçük bir oranı (% 17) durumsal etkenlere atıfta bulunmuştur. Hintli deneklerin ise tam tersine durumsal/dışsal atıfları (o kişinin işe geç kalmayı göze alamayacağı, çünkü patronunun işe vaktinde gelmesini beklediği gibi açıklamaları) kişisel/içsel atıflardan daha çok kullandığı görülmüştür (sırasıyla % 32 ve % 15).

Şekil 10.2
Kültür ve Atıflarda Farklılık



Bu ve bu konuda yapılan başka araştırmalar göstermiştir ki; temel atfetme yanılgısı bireyci kültürlerde daha yaygındır ve sosyalleşmeyle birlikte öğrenilmektedir. Özellikle bireyci bir dünya görüşünün baskın olduğu kültürlerde kişiyi davranışlarının sorumlusu olarak görme eğilimi, toplulukçu toplumlardan daha yüksektir. Türkiye gibi toplulukçu kültürlerde ise sosyal ortamın (başkalarının beklentilerinin, kişinin içinde bulunduğu sosyal rolün vb.) etkisi daha çok vurgulanır. Bu eğilimlerin biri doğru, biri

yanlış diye bir şey yoktur. Önemli olan bu eğilimlerin, sosyal davranışları algılama ve yorumlamamızı etkilediğini anlamamızdır.

Ancak şunu da belirtmek gerekir ki; bu farklılıklara rağmen atıf, temel bir insan olgusudur ve atıf sürecinde kullanılan boyutlar evrenseldir. Örneğin, araştırmalar gösteriyor ki, nedensel atıfların odağı, kalıcılık derecesi ve kontrol edilebilirliği, insanların olayları ve davranışları açıklamada kullandıkları boyutlardır. Kültürlerarası araştırmaların sonuçları da, yapılan atıflarda yukarıda kullanılan boyutların hem bireyci hem de toplulukçu kültürlerde kullanıldığını göstermiştir (Hau ve Salili, 1991).

Benlikle İlgili Yanılgılar Evrensel Midir?

Kendini kayırma eğiliminin evrensel olup olmadığını anlamak için de kültürlerarası araştırmalar yapılmıştır. Toplulukçu kültürlerde gerçekleştirilen araştırmalar batı kökenli kendini kayırma eğilimi olgusunun pek yaygın olmadığını göstermiştir. Özellikle benliğe hizmet amaçlı kendini methetme gibi davranışlar, daha geleneksel toplulukçu kültürlerde hoş karşılanmaz. Örneğin, Yoshida, Kojo ve Kaku, 1982 yılında Japonya ve Amerika'da yaptıkları araştırmada şu sonuca varmışlardır: Japonya'da ilkokul çocukları, kendini metheden bir öğrenciyi olumsuz bir şekilde algılamışlar ve gerçekte olduğundan daha yeteneksiz olarak değerlendirmişlerdir. Ayrıca bu eğilim yaşla da artmaktadır. Diğer yandan Amerikalılarla yapılan araştırmalarda görülen, kendine pay çıkartma ve methetme davranışının yaygın ve normal bir eğilim olarak görüldüğüdür. Hatta Amerikalı deneklerin *eşsizlik yanılgısı*na (kendini ortalama insandan daha iyi görmek yanılgısına) düştüğü saptanmıştır.

Benzer şekilde *ben-merkezli düşünce*de de kültürlerarası farklılıklar bulunmuştur. Stipek, Weiner ve Li'nin bir araştırmasında (1989), deneklerden geçmişte onları sınırlendirmiş olayları hatırlamaları istendiğinde, Amerikalı deneklerin kendi başlarından geçmiş olayları, Çinli deneklerin ise başkalarının başına gelmiş olayları daha çok hatırladıkları görülmüştür. Ben-merkezli düşüncenin bireyci Amerikalı deneklerde toplulukçu Çinli deneklerden daha fazla belleği etkilediği bu deneyle ortaya konmuştur.

Bu kültürlerarası araştırmalar gösteriyor ki, Batıda araştırmalar sonucu ortaya çıkarılan atıf yanılgılarını –ve genel olarak bütün bulguları– evrensel olarak tanımlamadan önce farklı özelliklere sahip başka kültürlerde de araştırmalar yapmak gerekiyor. Çünkü kültürel özellikler sosyo-psikolojik süreçleri etkilemektedir.

Kültürlerarası çalışma bulgularından yola çıkarak şu sonuca varabiliriz: Kültürlerarası benzerlikler araştırılan davranışın ya da özelliğin evrenselliğini; farklılıklar ise söz konusu davranışın ya da özelliğin üzerinde kültürün etkisini göstermektedir.

Kültür ve Benlik

Benlik kavramı, üzerinde uzun yıllardır çalışılan bir konu olmakla beraber, son 20-25 yıldır, sosyal ve kültürlerarası psikolojide yeniden ilgi konusu olmuştur. Benliğin ne olduğu ve önemi Batı düşünce tarzında yeşerip geliştiği için, bireyci toplumların benlik özellikleri ortaya konmuştur. Bireyci, orta-sınıf kültüründe, benlik, bireyin gereksinimlerini, yeteneklerini, güdülerini ve haklarını içeren içsel (bireye ait) özelliklerden oluşan bir varlık olarak görülmüştür. Her birey, bu özelliklere sahiptir ve bunları değişik sosyal ortamlarda düşünce ve davranışlarını yönlendirmede kullanır. Toplulukçu kültürlerde ise kişi kendisini bağımsız bir birey olarak değil bir grubun (örn. aile, köy, kavim, vb.) parçası olarak görür; bunun sonucunda da benlik, bireysel amaç ve davranışların, grubunun norm ve beklentileri ile uyumlu olmasını sağlamak kaygısını taşır.

Benliğimizin yapısı, dünyayı, başkalarını ve kendimizi nasıl görüp, algıladığımızı belirler, varoluşumuzun temelini oluşturur ve her tür duygu, düşünce ve davranışımızı etkiler. Bu yüzden kültürlerarası duygu, düşünce ve davranış farklılıklarının temelinde o kültürlerde yaygın olan benlik yapıları arasındaki farkların yattığını söylemek yanlış olmaz.

Kültürlerarası psikoloji literatüründe esas olarak iki tür benlikten söz edilmektedir: Birçok batı kültüründe yaygın olan *ayrık*, başkalarından ayrışmış bir bireyci benlik ve batı dışındaki toplulukçu kültürlerde görülen başkalarıyla ilişkili, sosyal bağlamdan koparılamayan, *ilişkili* bir benlik (Kağıtçıbaşı 1996; Kağıtçıbaşı, 2013).

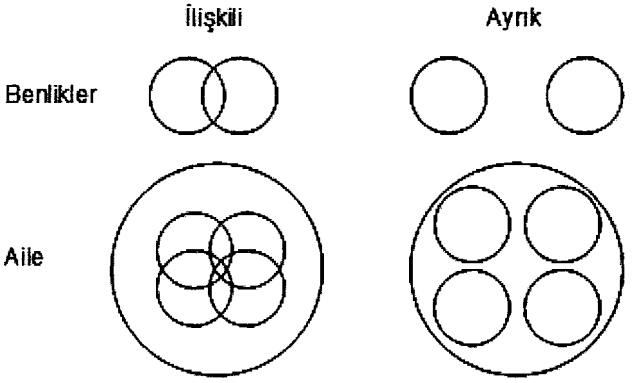
Bu farklı tür benliklerin özelliklerini inceledikten sonra, bu özelliklerin insanların düşünüş ve algılama tarzlarını, duygularını ve güdülerini nasıl etkilediğine bakacağız.

Ayrık Benlik Yapısı:

Batı kültürlerinde genellikle başkalarının arasından sıyrılmak ve kendini göstermek, farklı olmak, kendini ifade edebilmek, kişisel amaçları gerçekleştirebilmek önemlidir. Örneğin, kendine güvenmek, kendi başına karar vermek ve bu kararların arkasında durmak, Amerikalı politikacıların söylevlerinde sık sık başvurdukları özelliklerdir. Bu özelliklere sahip olmak o kültürde önem taşır. Bu yüzden, böyle bir insan olmak, kişinin özgüvenini ve özdeğerini artırır; çünkü kültürün diğer üyelerinin beklentisi de bu yöndedir. Davranışın bireysel amaç ve tercihlere dayandığı bireyci kültürlerde bu özelliklere sahip olmayan insanların o kültürle barışık yaşaması zordur. Bireyci kültürlerde benlik, başkalarından açıkça ayrılmıştır (bkz. Şekil 10.3).

Şeklin sağ üst köşesinde gördüğünüz gibi, bireyci benlikle diğer kişinin benliği örtüşmüyor. Ayrık benliklerin oluşturduğu aile de şeklin sağ alt kısmında görülüyor.

Şekil 10.3
Aile ve Benlikler



İlişkili Benlik Yapısı:

Batı dışındaki birçok toplulukçu kültürde, benliğin ayrışmışlığına değer verilmez. İnsanların esasta birbirlerine bağlı olduğu gerçeği önem taşır. Başta gelen kural, başkalarına uymak ve onlarla bağlılığı sürdürmektir. Kişinin sosyalleşme şekli, onun ait olduğu gruplara ve genel olarak varolan ilişkilere uyum göstermesini, başkalarının duygularına duyarlı olup onların aklından geçeni okumasını, ona atfedilen görev ve rolleri ve ondan beklenen davranışları yerine getirmesini sağlar. Kişiden beklenen roller ve görevler belirlenmiştir ve kişinin başkalarıyla olan bağlarının güçlenmesine olanak sağlar.

İlişkili benlikler için, özgüven, özdeğer ve doyum kavramları Batı'da tanımlanandan başka anlamlar taşır. İlişkilere uyum gösterebilmek ve o ilişkilerin bir parçası olabilmek, ilişkili benlikler için özgüven ve özdeğerin temelini oluşturur. Bu tür benliğe sahip olan insanlar, başkalarına bağlı olarak tanımladıkları statülerine uygun bir şekilde davranırlar (Ahmet Bey'in kızı veya X okulu öğrencisi gibi), onlara atfedilen sosyal görevleri, zorunlulukları ve sorumlulukları yerine getirmeye çalışır, hatta kendilerine yeni sosyal görev ve sorumluluklar biçerler (kendilerinden beklenmediği halde, hasta bir akrabalarının yanında refakatçı kalmak için gönüllü olmak gibi). Şekil 10.3'nin sol üst kısmında görebileceğiniz gibi ilişkili benlik, sınırları belirgin çizgilerle başka benliklerden ayrılan bir benlik değildir. Başka benliklerle örtüşme görülür. Başka bir deyişle, benliğin tanımının bir kısmını başka benlikler oluşturur. Bu demek değildir ki, ilişkili benliklerin, kişilik özellikleri, yetenekleri, tutumları ve bunlar gibi başka içsel özellikleri önemli değildir. Elbette ki önemlidir. Ancak, düşünce, duygu ve davranışları, başkalarıyla olan ilişkiler çok etkiler.

İlişkili benliğin yaygın olduğu Asya kültürlerinde, kendini öne çıkaran kişiler hoş görülmez. Kendi başına, farklı bir birey olmaktansa, grubun bir üyesi olarak varolmak

daha çok önem taşır. Örneğin, Japon politikacılar Amerikalı politikacıların aksine, söylevlerinde kişilerarası ilişkilere önem verdiklerini vurgularlar. Yukarıda sözünü ettiğimiz Yoshida Kojo ve Koku araştırmasında da görüldüğü gibi, bu eğilimler küçük yaşlardan itibaren oluşmaya başlar.

Toplulukçu kültürlerin hepsinde, sadece ilişkili benliklere rastlanmadığı gibi, bireyci kültürlerde de sadece ayrık benliklere rastlanmaz. Hatta kültürün alt gruplarında bile benlik yapılarında ciddi farklılıklar vardır (kadınlarla erkekler arasındaki ya da farklı sosyoekonomik ve etnik gruplar arasındaki benlik farklılıkları gibi).

Ancak kültürel beklentiler, gelenekler, ortak yaşam tarzları vb. sosyal olgular, o kültürde yaşayan insanların birbirine benzer benlik yapısına sahip olması sonucunu doğurur. O kültürde uyumlu bir şekilde yaşayabilmek bunu gerektirirBu iki tür benliğe ek olarak Kağıtçıbaşı (1990, 1996a, 1996b, 2013), üçüncü bir tür benlik yapısı ortaya koymuştur: hem ilişkisel eğilimi hem de özerkliği içinde barındıran "özerk-ilişkili benlik yapısı". Araştırmalar göstermiştir ki hem ilişkililik hem de özerklik temel insan ihtiyacıdır. Bu tür benlik, özellikle toplulukçu kültüre sahip toplumların gelişmiş kentsel bölgelerinde, kuşaklararası, özellikle yetişkin evlada maddi bağımlılıkların azaldığı, buna karşılık duygusal bağlılıkların kaybolmadığı aile modelinde gelişmektedir (Kağıtçıbaşı, 2013). Kağıtçıbaşı *Aile Değişimi Teorisi*'nde üç ayrı aile modeli üzerinde de durmuştur. Özellikle batıdaki orta sınıf kentsel ailelerde yaygın olarak görülen *Bağımsız Aile Modeli,* geleneksel kır toplumunda yaygın olan (nesillerarası) *Bağımlı Aile Modeli* ve nihayet bu ikisinden de farklı olan *Duygusal Bağlı Aile Modeli.* Bu üçüncü sosyal yapı, çocuk yetiştirmede özerkliğin de önemsenmesini beraberinde getirmiştir; çünkü kentsel ortamda yaygınlaşan okul ve eğitim ortamlarıyla uzmanlaşmış iş ortamlarında özerk kararlar verebilmek gerekmektedir. Fakat duygusal bağlılıkların devam etmesi nedeniyle benliğin ilişkisel niteliği yok olmamaktadır. Özerkliğin ilişkililikle birlikte oluştuğu bu aile yapısı Türkiye gibi sıkı insan ilişkilerinin görüldüğü beraberlik kültürlerinin kentsel, eğitimli kesitlerinde yaygındır (Kağıtçıbaşı, 2013). Örneğin, Mayer, Trommsdorff, Kağıtçıbaşı ve Mişra (2012), üç ülkede yaptıkları karşılaştırmalı bir araştırmada Türkiye ve Hindistan'da *Duygusal Bağlı Aile Modeli'nin,* Almanya'da ise *Bağımsız Aile Modeli'nin* yaygın olduğunu buldular ve Kağıtçıbaşı'nın teorisini desteklediler.

Gelişen "özerk-ilişkili benlik", içinde hem bireyci (özerk), hem de toplulukçu (ilişkisel) özellikler taşımaktadır. Ancak burada özerklikten anlaşılan başkalarından ayrışma/uzaklaşma değil, kendi kendine karar verebilme, etkin olabilmedir. Kağıtçıbaşı'na göre özerklik, ilişkililik içinde de mümkündür (bkz. 1996, 2013).

Bu modelden de anlaşılacağı gibi genelde bireyci ve toplulukçu kültürlere atfedilen özellikler bir arada varolabilir. Demek ki içinde bulunulan sosyal ve ekonomik koşullarda işlevsel olan benlik yapısı yaygın hale gelmektedir. Benlikle çevrenin uyumu, kişinin ruh sağlığı açısından da önem taşır.

Benlik bölümünde kişinin benlik kavramını incelemek için kullanılan yöntemlerden birinin de "Ben Kimim?" testi olduğundan bahsetmiştik. Yukarıda bahsettiğimiz batı kültürlerinde daha çok gözlemlenen ayrık, başkalarından ayrışmış bireyci benlik ve daha çok batı dışındaki toplulukçu kültürlerde gözlemlenen, başkalarıyla iç içe geçmiş, ilişkili benlik farkı "Ben Kimim?" testinde de ortaya çıkar. Örneğin, bireyci toplumdan gelen bir kişinin "Ben Kimim?" testinde daha çok kişisel yeteneklerini, kişilik özelliklerini ya da bireysel hedeflerini yazması beklenir; çünkü önemli olan seni sen yapan özellikleri söyleyerek benliğini tanımlarken kendini diğer benliklerden ayırmaktır. Ancak, toplulukçu kültürden gelen kişiler diğer bireylerden ayrılmaya önem vermedikleri için benliklerini tanımlarken daha çok grup kimliklerinden, sosyal konum ve rollerinden bahseder. Yani, bireyci ve toplulukçu kültürlerden gelen bireyler kendileri hakkında nasıl düşündükleri ve benliklerini diğer insanlarla nasıl ilişkilendirdikleri konusunda farklılaşırlar.

Aşağıda verilen Tablo 10.1'de Ahmet ve Aslı isimli iki üniversite öğrencisinin "Ben Kimim?" testine vermiş oldukları cevapları görebilirsiniz. Ahmet daha çok kişisel ilgi ve özelliklerinden bahsetmiştir. Erkek cinsiyet kimliğine ve büyük kulaklara sahip olduğunu belirterek kendini diğer insanlardan ayıran özellikleri vurgulamıştır. Bu vurgudan yola çıkarak Ahmet'in daha çok bağımsız bir benliğe sahip olduğunu söyleyebiliriz. Diğer yandan Aslı daha çok diğer insanlarla olan ilişkileri üzerinden kendini tanımlamıştır. Üniversite öğrencisi, kız kardeş ve kız çocuk olmak gibi sosyal rollerinden bahsetmiştir. Aslı'nın daha çok ilişkisel bir benlik yapısına sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 10.1

"Ben Kimim?" Testi Örnek Cevaplar

Ahmet	Aslı
• Güçlü bir kişi	• İyi bir arkadaş
• Müzik dinlemeyi seven	• Kız çocuk ve kız kardeş
• Büyük kulakları olan	• X Üniversitesi öğrencisi
• Futbol oynayan	• İnsan sever
• Rakiplerini yenen	• İnsan gözlemcisi

Yukarıdaki tabloda Aslı'nın cevaplarına bakarsak kişinin sosyal rollerinin benliğinin önemli bir parçası olduğunu söyleyebiliriz. İnsanlar yalnız yaşamaz. İnsanlar bir işe, aileye, bir sevgiliye veya bir arkadaşa sahip olmak için diğer insanların onları kabul etmesine ihtiyaç duyar. Benlik, kişilerin kendilerini kabul ettirmek için kullan-

dıkları bir araçtır. Hangi durumda nasıl davranılması ve sosyal normlara nasıl uyulması gerektiğini öğrenerek insanlar toplum tarafından kabul edilme şanslarını artırabilirler. Kısacası benlik, insanlar arasındaki iletişimde önemli bir rol oynar.

Bu konu ile ilgili birinci bölümde de bahsedilen *Sembolik Etkileşim Kuramı* insanın benliğinin, diğer insanlarla olan ve dille gelişen sembolik bir etkileşimin ürünü olduğunu ileri sürer. Düşünme ve akıl yürütme gibi bilişsel süreçleri vurgulayan bu perspektif, daha çok kişi ile toplum arasındaki etkileşime önem vermektedir. Sosyal hayatta üstlenilen roller ve zaman zaman bu rollerin değişmesi kişinin benliğini şekillendirir.

Bilinçli ve kendini izleyebilen bir varlık olan insan sosyal hayatta diğer insanlarla etkileşim içinde farklı roller üstlenerek amacına ulaşır. Bu yüzden, kişinin benliği onun biyolojik yapısıyla geniş kültürel sistemin etkileşimidir.

Kısacası, toplum rolleri yaratır ve tanımlar, birey de onları keşfeder, benimser ve bazen kendi özelliklerini kendi stilini bu rollere yansıtır. Toplum olmadan, benlik var olamayacaktır.

Şimdi, farklı tür benlik yapılarının çeşitli sosyal algı süreçlerine olan etkisini inceleyelim[1].

Benlik Algısı ve Sosyal Algı:

Değişik araştırmaların bulguları (Bond ve Tak–Sing, 1983; Shweder ve Bourne, 1984) farklı benlik yapılarının farklı benlik algısına yol açtığını göstermiştir. Bu konudaki araştırmalarda deneklerden kendi karakterleri hakkında mümkün olduğu kadar çok şey yazmaları istenmiştir. Elde edilen bir cevap türü kişilik özelliklerine ilişkin ve soyut benlik tanımlarını içeriyordu (örn. "ben sosyal bir insanım"). Diğer bir cevap türü ise ortama bağlı bir benlik tanımıydı (örn. "yakın arkadaşlarımla beraberken sosyal bir insanım"). Araştırma sonuçları, Amerikalıların Asyalı deneklere oranla daha fazla soyut tanımda bulunduğunu göstermiştir. Ayrık benliğe sahip kişilerden kendilerini tanımlamaları istendiğinde, zaman, mekân ve sosyal ortamdan bağımsız olarak kişilik özelliklerini ya da yeteneklerini yazıyorlar; çünkü bu tür özellikler onlar için belleklerinde daha ulaşılabilir. İlişkili benliğe sahip kişiler ise, kendilerini, ilişkileri ve belli sosyal ortamlar içinde düşünüyorlar (ben ailemle beraberken nasılım? ben okulda arkadaşlarımla birlikteyken nasıl bir insanım? vb.).

Aynı tür farklılıklar, sadece benliğin algılanışında değil, başkalarının algılanmasında da ortaya çıkmaktadır. Bir arkadaşlarını tanımlamaları istendiğinde, Amerikalılar "o yardımsever bir insandır" derken, Hintliler "o, bayramlarda bize pasta getirir" gibi tasvirlerde bulunmuşlardır (Shweder ve Bourne, 1984). Görüldüğü gibi, ilişkili

[1] Kültürün ve farklı benlik türlerinin ben merkezli düşünceye, kendini kayırma eğilimine ve atıflara olan etkisini Sosyal Biliş (Sosyal Algı) bölümünde ele aldığımız için burada tekrar incelemeyeceğiz.

benlik yapısı, başkalarını da ilişkiler çerçevesinde durumdan duruma değişebilen ve daha somut olarak algılamayı beraberinde getirmiştir. Amerikalıların kişi algıları zaman ve mekândan bağımsızdır ve davranışlara dayalı soyut çıkarımlardan oluşur. Çünkü bireyci, ayrık benlik, gerçekten de çevresinden (başkalarının beklentilerinden, koşullardan) daha bağımsızdır. Hintliler ise kişileri bir bağlamın içinde düşünürler çünkü ilişkili benlik, içinde bulunduğu sosyal ortam ve ilişkilerle yoğrulur.

Gördüğümüz gibi, kişilerin başkalarını ve kendilerini nasıl algıladıkları, hangi özelliklere öncelikle dikkat ettikleri benlik yapısına ve kültürden kültüre farklılık gösterebiliyor.

Kültür ve İnsanlararası İlişkiler

Daha önceki bölümlerde gördüğümüz gibi farklı kültürlerden kişiler farklı değerler taşırlar. Bu kişilerin diğer kişilerle iletişim kurarken bu değerlerin etkisinde kalmaları beklenir. Şimdi bu farklı değerlerin kişilerin başkaları ile olan ilişkilerini nasıl etkilediğini daha etraflı inceleyeceğiz.

Toplulukçu kültürlerde, sosyal etkileşimde güçlü bir "sosyal yönelim" göze çarpar. Wheeler, Reis ve Bond'un (1989) Hong Konglu ve Amerikalı öğrencileri karşılaştırdıkları araştırmalarında, Hong Konglu öğrencilerin daha az insanla, ama daha uzun süren, kişinin kendisinin ve karşı tarafın birbirine açıldığı etkileşimler yaşadığını bulmuşlardır. Ayrıca Hong Konglu öğrencilerin Amerikalı öğrencilere oranla grup içi etkileşime daha çok girdikleri de saptanmıştır. Hong Konglu öğrencilerin yaşadığı tür etkileşimler, Amerikalıların çok sayıda, ama kısa süreli ve derinlik içermeyen etkileşimlerinden farklıdır. Hong Kongluların etkileşimlerinde sosyal yönelim ön plandayken, Amerikalılarınkinde bireyci yönelim öne çıkar.

Gudykunst ve arkadaşları (1992) da bir araştırmada Hong Konglu, Japon, Amerikalı ve Avustralyalı öğrencilerin iletişim deneyimlerini karşılaştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda bireyci toplumlardan olan Amerikalı ve Avustralyalı öğrencilerin grupiçi ya da grupdışı kişilerle iletişim kurarken herhangi bir farklılık göstermedikleri fakat toplulukçu kültüre sahip olan Japon ve Hong Kong'lu öğrencilerin grup içi ve grup dışı kişilerle kurdukları iletişimin farklı olduğunu bulmuşlardır.

Ayrıca, bu öğrenciler grup içindeki kişilerle iletişim kurarken kendilerinin o kişi ile daha çok benzeştiğini, daha fazla paylaşacak şeyleri olduğunu, birbirlerini daha iyi anlayabildiklerini rapor etmişlerdir.

Kültür ve Grup İşleyişi

Daha önce Grup Yapısı ve Dinamiği bölümünde kültürün grup işleyişi üzerindeki etkisinden söz etmiştik. Bu bölümde ise daha önce değinemediğimiz başarı güdüsü,

liderlik seçimi ve işbirliği ve rekabet gibi grup ile ilgili olguların kültür ile nasıl etkileşim içinde olduklarından bahsedeceğiz.

Başarı Güdüsü:

Başarı, genelde düşünüldüğü gibi sadece bireye ait, yalnızca onu kapsayan bir olgu değildir. Bireyi aşarak, bireyin içinde yaşadığı grubu, toplumu da içine alabilir. Örneğin, toplulukçu kültürlerde, *sosyal yönelimli başarı güdüsü* yaygındır (Agarwal ve Misra, 1986; Ho ve Chiu, 1994; Phalet ve Claeys, 1993; Yu ve Yang, 1994). Bu toplumlardaki başarı güdüsü, bireyci kültürlerde oluşturulmuş ölçüm yöntemleriyle ölçüldüğünde, düşük bulunmuştur (Bradburn, 1963; Rosen, 1962). Oysaki toplulukçu kültürün yaygın olduğu Pasifik ülkelerinde (Japonya, Çin, vb.) insanların hiç de başarısız olmadığı ortadadır. Buradaki gerçek, bu tür toplumlardaki başarı güdüsünün bireyci toplumlardakinden farklılık göstermesidir. Sosyal yönelimli başarı güdüsü, benliği aşarak grubu da (genellikle aileyi) içine alır. Örneğin, Phalet ve Claeys (1993) Türk ve Belçikalı gençlerle yaptıkları bir araştırmada, gençlere ilerde neden gurur duyup mutlu olacaklarını sordular. Her iki grup genç de çok başarılı olurlarsa gurur duyacaklarını ve mutlu olacaklarını belirtti. Ancak Türkler, sorulmadan ve kendiliklerinden "ailelerinin de bundan gurur duyacağını ve mutlu olacağını" söyledi. Belçikalı gençlerden böyle söyleyen çıkmadı. Yani Türk gençleri için başarı, kendini aşan, iç grubuyla paylaşılan bir duyguydu. Ayrıca onlar başarıdan "kendini gerçekleştirme"yi ve aynı zamanda "aileye ve topluma yarar"ı anlarken, Belçikalı gençlerinse sadece "kendini gerçekleştirmeyi" anladıkları görülüyor. Agarwal ve Misra (1986) da, Hindistan'daki başarı güdüsünün, bireyi aşarak, başkalarına yararlı olmayı da içerdiğini göstermiştir. Nevis (1983) de Çinlilerin ailesine ve ülkesine hizmet etme amacını "toplulukçu kendini gerçekleştirme güdüsü" kavramıyla ifade etmiştir.

Lider Seçimi:

Çeşitli liderlik tarzlarının etkileri birçok kültürlerarası araştırmacı tarafından incelenmiştir. House, Hanges, Javidan, Dorfman ve Gupta'nın (2004) 61 ülkenin yöneticilerinin tercih ettikleri liderlik tarzları üzerine yaptıkları bir çalışmada, katılımcılardan etkili bir lideri tarif eden maddelerin bulunduğu bir listeden bazı özellikleri seçmeleri istenmiştir. Sonuçlar göstermiştir ki katılımcıların tercih ettikleri liderlik tarzlarındaki çeşitlilik aynı katılımcıların değer yargılarındaki çeşitlilikle açıklanabilmektedir. Örneğin, toplulukçuluk değerlerinde en yüksek puana sahip olan Latin Amerikalılar, aynı zamanda takım yönelimli liderliğe de en olumlu yaklaşmışlardır.

İşbirliği ve Rekabet:

Rekabetin bireyci kültürlerde ve aynı kültür içinde eğitimli orta sınıfta daha yaygın olduğunu gösteren birçok araştırma vardır (Domino, 1992; Ho ve Chiu, 1994). Örne-

ğin, Domino (1992), Çinli ve Amerikalı çocuklarla yaptığı bir araştırmada Çinli çocukların eşitlikçi seçimler, Amerikalı çocukların ise daha bireyci ve rekabete dayalı seçimler yaptıklarını saptamıştır. Ho ve Chiu (1994), Çin'de yaygın söyleyişleri inceledikleri bir içerik analizinde, bu söyleyişlerden çoğunun işbirliğine dayalı grup çalışmasını övdüğünü ve bireysel çabayla elde edilen başarıyı hoşgörmediğini bulmuşlardır. Rekabetin toplulukçu kültürlerde daha az olduğunu gösteren bir başka bulgu da grup içinde sosyal kaytarma olgusuna bu kültürlerde daha az rastlanmasıdır (Gabrenya, Wang ve Lataner, 1985).

Her ne kadar farklı kültürlerden kişilerin hem liderlik seçimleri hem de işbirliği ve rekabete bakış açıları farklı olsa da, günümüzdeki modern iş dünyasında özellikle çok uluslu şirketlerde çeşitli kültürlerden gelen kişilerin birlikte çalışmaları oldukça olağan bir durumdur.

Bu tür çok kültürlü gruplarda, ekip üyelerinin tercih ettikleri liderlik tarzlarının, onayladıkları değer yargılarının ve ekibin en iyi nasıl işleyeceğine dair görüşlerinin farklı olması da beklenilebilecek bir olgudur. Ekip içindeki bu farklılıklar iş ortamında, özellikle de yalnızca internet üzerinden iletişim kurup çalışan ekipler için problemler yaratabilmektedir.

Çok kültürlü bir ekibin problem ve anlaşmazlık yaşamadan etkili çalışabilmesi için Earley ve Mosakowski (2000) ekip içinde ortak olarak paylaşılan bir kültürün oluşturulması gerektiğini belirtmişlerdir. Grup sadece iki farklı kültürel geçmiş yerine birçok farklı kültürel geçmişten gelen kişilerden oluştuğunda ise ortak bir kültür yaratmanın daha kolay olacağını savunmuşlardır. Bu araştırmacılara göre sadece iki farklı kültürden oluşan bir ekip, kendi içinde ikiye bölünerek, birbirlerine kendi kültürlerini kabul ettirmeye çalışacak; ancak hepsi farklı kültürel geçmişlerden gelen kişilerin grup içinde tümüyle yeni ve ortak bir kültür yaratmaları daha kolay olacaktır. Earley ve Mosakowski (2000) farklı ülkelerden gelen bir grup yönetici ile yaptıkları araştırmada, katılımcıları dört kişilik ekipler olarak gruplamışlardır. Bu ekiplerdeki kişilerin ya dördü de aynı kültürden, ya eşit olarak iki farklı kültürden, ya da dördü de farklı kültürlerden gelmekteydiler. Bir konu üzerinde karar vermeleri istenen bu ekipler, dördü de aynı kültürden gelen kişilerden oluştuğunda en iyi performansı, iki farklı kültürden gelen kişilerden oluştuğunda ise en kötü performansı göstermişlerdir. Bu araştırma doğru şartlar altında çok kültürlülüğün, ekip performansını kötü etkilemediğine bir işaret olarak gösterilebilir. Bu çalışmanın yanı sıra Horwitz ve Horwitz (2007) de zaman verildiği takdirde birbirinden çok farklı kültürel geçmişlerden gelen çok kültürlü ekiplerin etkili çalışabildiklerini göstermiştir.

Görüldüğü gibi, sosyal psikolojik süreçler farklı benlik yapılarına ve kültürel özelliklere göre farklılık gösterebiliyor. Ancak araştırmalarda bulunan sonuçlar ve yapılan ayrımlar (ayrık-ilişkili benlik, toplulukçu-bireyci kültürler) dünyanın birbirinden tamamen ayrı iki bütünden oluştuğu izlenimi vermemelidir. Daha önce de belirttiğimiz

gibi, bireyci olarak tanımlanan kültürlerde bazı toplulukçu özellikler, ilişkili benliklerde de özerk özellikler vardır. Örneğin, Türkiye birçok araştırmacı tarafından 'toplulukçu' bir kültüre sahip olarak varsayılsa da, özellikle kentsel, yüksek eğitimli ve genç kesimde bireyci özelliklerin oldukça yaygın olduğu bir ülkedir (Göregenli, 1995; Üskül, 1998).

Benzer bir sorun da, kültürün ülke ya da ulus ile eş anlamlı kullanımıdır. Bir ulusun kültürü olabildiği gibi, o ulusun içindeki çeşitli alt grupların (örn. kır-kent, sosyal sınıf) da kültürleri birbirinden farklı olabilir. Hatta aile kültürü kavramı bile kullanılmıştır.

Yukarıda sözünü ettiğimiz araştırmaların amacı, her sosyal bilim araştırmasında olduğu gibi insanın doğasını anlamaktır. Farklı koşullarda (burada üstünde durulan "farklı kültürlerde") insan doğasının nasıl şekillendiğini ve insanlararası etkileşimi anlamak esastır. Bu etkileşimi sadece bireycilik-toplulukçuluk ya da ilişkili-ayrık benlik kavramlarıyla açıklamak mümkün değildir. Bireycilik-toplulukçuluk, çok önemli olmakla beraber, kültürlerarası farklılıkları açıklayan boyutlardan sadece biridir. Bir toplumdaki ekonomik gelişim, kentleşme, göç, kültürlerarası etkileşim gibi etmenler de kültürel özellikleri ve bunların kişi üzerindeki etkisini belirler.

Kültürel Farklılıkları Ölçmek

Şu ana kadar kültürün psikolojik etmen ve süreçlerle olan etkileşiminden ve bu etkileşimin araştırmacıları psikolojik genellemeleri sorgulamaya ve kırmaya yönlendirdiğinden bahsettik. Ancak psikolojik genellemelerin farklı kültürlerde incelendiği durumlarda birçok etmenin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Farklı kültürden kişilere uygulanacak ölçeklerin eşitliği, ölçek çevirilerinin ve yapılması istenen işlemlerin söz konusu kültürlere uygun olması gibi faktörlerin dışında; kişinin yetiştirildiği ve yaşadığı çevre, karşılaştırılacağını düşündüğü grup, incelenen psikolojik etmen ve süreçlerin anlamı gibi diğer farklı faktörler de göz önünde bulundurulmalıdır.

Örneğin; araştırmalar (Goswami, Porpodas ve Wheelwright, 1997; Seymour, Aro ve Erskine, 2003) göstermektedir ki, bir yıllık resmi okul eğitiminin ardından Finlandiya, Almanya, İtalya, İspanya ve Yunanistan'daki çocuklar hem kendi dillerindeki ve hem de araştırmacılar tarafından yaratılan gerçek olmayan kelimeleri % 90 başarı ile okuyabilmektedirler. Buna karşılık İngiltere'deki çocuklar aynı testlerde yalnızca % 40'lık bir başarı gösterebilmişlerdir. Ülkelerarası böyle bir araştırma değerlendirilirken ülkelerin içinde bulundukları çevre göz önünde bulundurulmadığı takdirde İngiltere'deki çocukların zekâ seviyelerinin diğer ülke çocuklarına kıyasla düşük olduğu söylenebilir; ancak ülkelerin dillerine bakıldığında İngilizce'nin okuması daha zor bir

dil olduğu fark edilecektir. Bu araştırma kültür ve kültür farklılıklarını incelerken araştırmacıların kişilerin içinde bulundukları çevre şartlarına ve etkileşimdeki diğer faktörlere ne kadar dikkat etmeleri gerektiğini vurgulamaktadır.

Çevre şartları ve faktörleri ile bağlantılı olarak kültür, bireylere belirli senaryo, durum ve davranış biçimleri sunar. Psikolojik etmen ve süreçler ise kültürün sunduğu bu faktörlerle etkileşime girerek şekil alır. Bir başka deyişle; kültürün yüklediği "anlam" psikolojik etmenlerle etkileşim içine girer ve "anlam" kültürden kültüre değiştikçe psikolojik etmen ve süreçler de değişim gösterir.

Örneğin, bölümün başında verdiğimiz örneklerden birinde sıkı ana-baba disiplininin farklı kültürlerde çocuklar ve gençler için nasıl farklı, hatta karşıt anlamlar taşıdığını gördük. Kültür sadece kendi içindeki etmenlere yüklenen anlamları değiştirmez. Bazen yüklenen ve algılanan anlamın aynı olduğu durumlarda bile kültürün etkisi farklılık yaratabilmektedir.

Bireylerin hissettikleri duyguları ele alalım. Ekman ve Friesen (1971), farklı kültürlerden gelen bireylerin temel olarak tanımlanan duyguları % 80-90 düzeylerinde aynı algıladıklarını ve tanımladıklarını göstermiştir. Ancak bütün kültürler duyguları aynı şekilde ve şiddette yansıtmamaktadır. Her kültürün duyguları göstermek için farklı kuralları vardır. Bu kurallar hangi duyguların ne zaman, hangi koşullarda, ne kadar şiddetli ve hangi yüz ifadeleri ile gösterileceğini düzenler. Her kültürün kendi içinde yarattığı anlam bütünlüğü bu kuralları belirler ve duygular gibi psikolojik süreçler de bu anlam bütünlüğüne göre düzenlenir.

Örneğin; bir araştırmada aynı miktarda mutluluk hissettiklerini ifade etmelerine rağmen, Amerikan yerlisi bir grubun Beyaz Amerikalı bir gruba göre daha az gülümsediği gözlemlenmiştir (Tsai, Chentsova-Dutton, Freire-Bebeau ve Przymus, 2002). Benzer bir şekilde başka bir araştırmada Amerikalı katılımcılar, Japon katılımcılara oranla, duyguları daha uzun ve daha şiddetli yaşadıklarını belirtmişlerdir (Matsumoto, Kudoh, Scherer ve Wallbott, 1988).

Farklılıkların varlığı bizleri bir noktada uyanık tutmalıdır. Kısa zaman öncesine kadar, Amerika'nın ve genel olarak Batı'nın dışında kalan ülkelerde, Batı'da üretilen kuramların hiç sorgulanmadan alınıp (ithal edilip), içinde bulunulan kültüre uygulanması söz konusuydu. Bu nedenle, özellikle endüstriyel ve klinik psikoloji gibi uygulamalı alanlarda yanlış uygulamalar yapılabiliyordu. Aynı hatalara tekrar tekrar düşmemek için, sosyal bilimcilerin içinde yaşadıkları kültürü iyice inceleyip anlamaları ve kültüre uyumlu kuram ve uygulamalar üretmeleri gerekir. Diğer taraftan da evrensel değerler, sosyal yapısal değişimler ve global sosyo-ekonomik gelişim göz ardı edilmemeli ve kültür özelliklerinin, bu evrensel değerlerle uyum içinde varlık gösterecek hale gelmesine çalışılmalı; bu uyumu engelleyici bir biçimde kültürün katı bir değişmezlik içinde tutulmasına meydan verilmemelidir. Kültürel değerler önemlidir

ve korunması gerekir; ancak unutulmamalıdır ki, değişim kaçınılmazdır ve değişimlerin getirdiği ya da zorunlu kıldığı durumlara direnç göstermek toplumu ileriye değil, geriye götürür. Örneğin, bütün dünyada ve Türkiye'de son yıllarda giderek artan kentleşme, yaşam tarzlarında belirgin değişimlere yol açmıştır. Daha fazla okullaşma, uzmanlaşma, bilgi toplumu, servis sektörünün gelişmesi gibi değişimler, global düzeyde yaşam tarzlarındaki farklılıkları azaltmış, benzerlikleri ise arttırmıştır. Bu eğilimler çerçevesinde kültürel farklılıklara ne olduğu önemli bir araştırma konusudur (Bu konuların daha etraflı bir incelemesi için bakınız: Kağıtçıbaşı, 2013).

Bu bölümü okuduktan sonra, toplulukçu ve bireyci kültürlerde görülen özelliklerin hangisinin kendi kültürümüz veya ilişkili ve ayrık benliklerin özelliklerinden hangilerinin kendimiz için daha tanımlayıcı olduğunu tartışalım. Bu, bize kendimizi ve kültürümüzü daha iyi anlamamız konusuda yardım edecektir[2] .

[2] Bu tartışmada size yardımcı olacak Türkçe kaynakları şöyle sıralayabiliriz: Bilgin, 1996; İmamoğlu, 2003; İmamoğlu ve Karakitapoğlu-Aygun, 2004; Kağıtçıbaşı, 1996, 2005, 2013;Karadayı, 1998.

KAYNAKLAR

Aarts, H., ve Dijksterhuis, A. (2003). The silence of the library: Environment, situational Norm and social Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology,84,* 18–28.

Abelson, R. P. (1959). Modes of resolution of belief dilemmas. *Conflict Resolution, 3,* 343–352.

Abelson, R. P., ve Lesser, G. S. (1959). The measurement of persuasibility in children. I. L. Janis ve C. I. Hovland (ed.) *Personality and persuasibility* (kitabında) (s. 141–146). New Haven: Yale University Press.

Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. J., ve Sanford, R. N. (1950). *The authoritarian personality.* New York: Harper ve Row.

Agarwal, R., ve Misra, G. (1986). A factor analytic study of achievement goals and means: An Indian view. *International Journal of Psychology, 21,* 717–731.

Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in Experimental Psychology, 20,* 1–63.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50,* 179–204.

Ajzen, I., ve Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice–Hall.

Al-Issa, I., ve Dennis, W. (1970). *Cross-cultural studies of behavior.* Oxford, England: Holt, Rinehart ve Winston.

Allen, V. L., ve Levin, J. M. (1971). Social support and conformity: The role of independent assessment of reality. *Journal of Experimental Social Psychology, 7,* 48–58.

Alloy, L. B., ve Abramson, L. Y. (1979). Judgement of Contingency in Depressed and Nondepressed Students: Sadder but Wiser? *Journal of Experimental Psychology: General, 108,* 441–485.

Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice.* Garden City, NY: Doubleday.

Allport, F. H. (1920). The influence of the group upon association and thought. *Journal of Experimental Psychology, 3,* 159–182.

Allport, F. H. (1924). *Social Psychology.* Boston: Houghton–Mifflin,

Allport, F. H. (1933). *Institutional behavior.* Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Allport, G. W. (1968). The historical background of modern social psychology.

G. Lindzey ve E. Aronson (ed), *Handbook of social psychology* (kitabında) (cilt I, s. 1–80), Reading, Mass: Addison–Wesley.

Anastasi, A. (1992). A century of psychological science. *American Psychologist, 47*, 842–843.

Ancona, L., ve Pareyson, R. (1968). Contributo allo studio della aggressione: La dinamica della obbedienza distruttiva [Contribution to the study of aggression: The dynamics of destructive obedience]. *Archivio di Psicologiu. Neuro-logia. e Psichiatria, 29,* 340-372.

Anderson, C. A. (2004). An update on the effects of playing violent video games. *Journal of adolescence, 27*(1), 113-122.

Anderson, C. A., ve Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological science, 12*(5), 353-359.

Anderson, C. A., ve Lindsay, J. J. (1998). The development, perseverance, and change of naive theories. *Social Cognition, 16,* 8–30.

Anderson–Norman, H. (1965), Averaging versus adding as a stimulus–combination rule in impression formation. *Journal of Experimental Psychology, 70*, 394–400.

Aronson, E. (1997). The theory of cognitive dissonance: The evolution and vicissitudes of an idea. In C. McGarty ve S. A. Haslam (Eds.), *The message of social psychology* (s. 20-36). Blackwell Publishers: Oxford.

Aronson, E. (2004). *The Social Animal* (9. Basım). NY: Worth Publishers.

Aronson, E., ve Carlsmith, J. M. (1963). The effect of severity of threat on the devaluation of forbidden behavior. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 66,* 584–588.

Aronson, E., Wilson, T. D., ve Akert, R. M. (2002). *Social psychology.* (4th ed.). UpperSaddle River, NJ: Prentice Hall.

Aronson, E., Turner, J. ve Carlsmith, J. M. (1963). Communicator, credibility and communication discrepancy. *Journal of Abnormal and Social Psychology 67,* 31–36.

Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 41,* 258–290.

Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgement. H. Guetzkow (ed.) *Groups, leadership and men; research in human relations* (kitabında) (s.88–102). Pittsburgh: The Carnegie Press.

Asch, S. E. (1952). *Social psychology.* Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall.

Augoustinos, M., ve Rosewarne, D. L. (2001). Stereotype knowledge and prejudice in children. *British Journal of Developmental Psychology,*

19, 143–156.

Axsom, D., Yates, S. ve Chaiken, S. (1987). Audience response to a heuristic cue in persuasion. *Journal of Personality and Social psychology, 53,* 30–40.

Aycan, Z. (2006). Paternalism: Towards Conceptual refinement and operationalization. In Yang, K.S., Hwang, K.K., ve Kim, U. (Eds.). *Scientific Advances in Indigenous Psychologies: Empirical, Philosophical, and Cultural Contributions* (pp. 445-466). London: Cambridge University Press.

Ayman, R., ve Chemers, M. M. (1983). The relationship of supervisory behavior ratings to work group effectiveness and subordinate satisfaction among Iranian managers. *Journal of Applied Psychology, 68,* 338–341.

Back, K. W., ve Davis, K. E. (1965). Some personal and situational factors relevant to the consistency and prediction of conforming behavior. *Sociometry, 28,* 227–240.

Bales, R. F. (1970). *Personality and interpersonal behavior.* New York: Holt, Rinehart ve Winston.

Bales, R. F. (1950) *Interaction process analysis: a method for the study of small groups.* Cambridge, Mass: Addison–Wesley.

Bandura, A. (1973). *Aggression. A social learning analysis.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice–Hall.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory.* New York: General Learning Press.

Bandura, A., ve Walters, R. H. (1963). *Social learning and personality development.* New York: Holt, Rinehart ve Winston.

Bandura, A., Ross, D. ve Ross, S. (1961). Transmission af aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 63,* 575–582.

Barker, R., Dembo, T. ve Lewin, K. (1941). Frustration and aggression: An experiment with young children. *University of Iowa Studies in Child Welfare, 18,* 1–314.

Barnlund, D. C. (1989). *Communicative styles of Japanese and Americans.* Belmont, CA: Wadsworth.

Baron, R. A., ve Byrne, D. (1994). *Social psychology: Understanding human interaction* (7. Baskı). Needham, Massachussets: Allyn ve Bacon.

Baron, R. A., Bryne, D. ve Suls, J. (1989). *Exploring social psychology.* Needham, Massachussets: Allyn ve Bacon.

Baron, R. S., Dion, K. L., Baron, P. ve Miller, N. (1970). *Group norms, elicited values and risk taking.* Basılmamış monograf. Minnesota Üniversitesi.

Baron, R. A., ve Kepner, C. R. (1970). Model's behavior and attraction toward

the model as determinants of adult aggressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 14,* 335–344.

Batson, C. D., Van Lange, P. A. M., Ahmad, N., ve Lishner, D. A. (2003). Altruism and helping behavior. In M. A. Hogg ve J. Cooper (Eds.), *Sage handbook of social psychology* (pp. 279-295). London: Sage Publications.

Bateson, N. (1966). Familiarization, group discussion and risk taking. *Journal of Experimental Social Psychology, 2,* 119–129.

Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., ve Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles?. *Psychological science in the public interest, 4*(1), 1-44.

Baumeister, R. F., Hutton, D. G., ve Tice, D. M. (1989). Cognitive processes during deliberate self-presentation: How self-presenters alter and misinterpret the behavior of their interaction partners. *Journal of Experimental Social Psychology, 25*(1), 59-78.

Baumeister, R. F., ve Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin, 117*(3), 497.

Baumeister, R. F., ve Vohs, K. D. (2003). Self-regulation and the executive function of the self. *Handbook of self and identity, 1,* 197-217.

Beggan, J. K. (1992). On the social nature of nonsocial perception: The mere ownership effect. *Journal of Personality and Social Psychology, 62,* 229-237.

Bem, D. J. (1967) Self–perception: an alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review, 74,* 183, 200.

Bem, D. J., Wallach, M. A. ve Kogan, N. (1965). Group decision making under risk of aversive consequences. *Journal of Personality and Social Psychology, 1,* 453–460.

Benham, T. W. (1965). Polling for a presidential candidate: some observations of the 1964 campaign. *Public Opinion Quarterly, 29,* 185–199.

Berger, J., ve Fisek, M. H. (1970). Consistent and inconsistent status characteristics and the determination of power and prestige orders. *Sociometry, 33,* 287–304.

Berkowitz, L. (1965). Personality and group position. *Sociometry, 19,* 210–222.

Berkowitz, L. (1989). Frustration–aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin, 106,* 59–73.

Berkowitz, L., ve LePage, L. A. (1967). Weapons as aggression eliciting stimuli. *Journal of Personality and Social Psychology, 7,* 202–207.

Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Breugelmans, S. M., Chasiostis, A., ve Sam, D. L. (2011). *Cross-cultural psychology: Research and applications.*

New York NY US: Cambridge University Press.

Bilgin, N. (1996). *Kollektif kimlik.* İstanbul: Sistem yayıncılık.

Bingemer, K., Meistermann-Seeger, E., ve Neubert, E. (1972). *Leben als gastarbeiter: Geglückte un mißglückte integration* (2. Baskı). Oppladen: Westdeutcher Verlag.

Bierhoff, H. W. (2002). Prosocial behaviour. Hove, UK: Psychology

Blumer, H. (1937). Social Psychology. E. P. Schmidt (Ed.), *Man and society* kitabında, (s. 144-198). New York: Prentice- Hall.

Bonacich, P. (1976). Secrecy and solidarity. *Sociometry, 35,* 357–375.

Bond, M. H., ve Hwang, K. K. (1986). The social psychology of Chinese people. M. H. Bond (Ed.), *The psychology of Chinese people* (s. 213–266). Hong Kong: Oxford University Press.

Bond, M. H., ve Tak–Sing, C. (1983). College students' spontaneous self concept: The effect of culture among respondents in Hong–Kong, Japan, and the United States. *Journal of Cross–Cultural Psychology, 14,* 153–171.

Borger, J. (2000, September 13). Dirty rats leave Gore a subliminal message. It was only visible a thirtieth of a second but here's proof the gloves are really off. The Guardian. Retrieved from http://www.guardian.co.uk/world/2000/sep/13/uselections2000.usa.

Boucher, J., ve Osgood, C. E. (1969). The Pollyanna Hypothesis. *Journal of Verbal Learning and Behavior, 8,* 1-8.

Boyd, R., ve Richerson, P. J. (1985). *Culture and the evolutionary process.* Chicago, IL, US: University of Chicago Press.

Bradburn, N. M. (1963). Achievement and father dominance in Turkey. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 67,* 464–468.

Branden, N. (1994). *The six pillars of self-esteem.* New York: Bantam Books

Brehm, J. (1956). Post decision changes in the desirability of alternatives. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 52,* 384–389.

Brehm, J. M. (1966). *A Theory of Psychological Reactance.* New York: Academic Press.

Brehm, S. S., ve Brehm, J. W. (1981). *Psychological Reactance: A Theory of Freedom and Control.* New York: Academic Press.

Brewer, M. B. (1979). Ingroup bias in the minimal intergroup situation: A cognitive–motivational analysis. *Psychological Bulletin, 86,* 307–324.

Brewer, M. B., ve Gardner, W. L. (1996). Who is this "We"? Levels of collective identity and self representations. *Journal of Personality and Social Psychology, 71,* 83-93.

Brewer, M. B., ve Kramer, R. M. (1986). Choice behavior in social dilemmas: Effects of social identity, group size, and decision framing. *Journal of*

Personality and Social Psychology, 50, 543–549.

Brislin, R., Lonner, W., ve Thorndike, R. (1973). *Cross-cultural research methods.* New York: John Wiley.

Brock, T. C., ve Becker, L. A. (1965). Ineffectiveness of "overheard" counter propaganda. *Journal of Personality and Social Psychology, 2,* 654–660.

Brown, P., ve Elliot, R. (1965). Control of agression in a nursery school class. *Journal of Experimental Child Psychology, 2,* 103–107.

Bruins, J. J., Liebrand, W. P. ve Wilke, H. A. (1989). About the saliency of fear and greed in social dilemmas. *European Journal of Social Psychology, 38,* 679–686.

Bruner, J. S., ve Goodman, C. C. (1947). Value and need as organizing factors in perception. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 42,* 33–44.

Bruner, J. S., ve Tagiuri, R. (1954). The perception of people. G. Lindzey (ed.), *Handbook of social psychology, Cilt.2.* Reading, Mass: Addison–Wesley.

Burger, J. M. (1987). Desire for Control and Conformity to a Perceived Norm. *Journal of Personality and Social Psychology, 53,* 355–360.

Burgess, M., Enzle, M.E., ve Morry, M. (2000). The social psychological power of photography: Can the image-freezing machine make something of nothing? *European Journal of Social Psychology, 30*, 613- 630.

Burnstein, E., Crandall, C., ve Kitayama, S. (1994). Some neo-Darwinian decision rules for altruism: Weighing cues for inclusive fitness as a function of the biological importance of the decision. *Journal of Personality and Social Psychology, 13*, 315-332.

Bushman, B. J. (2007). That was a great commercial, but what were they selling? Effects of violence and sex on memory for products in television commercials. *Journal of Applied Social Psychology, 37,* 1784-1796.

Bushman, B. J., ve Baumeister, R. F. (2002). Does self-love or self-hate lead to violence?. *Journal of Research in Personality*, *36*(6), 543-545.

Cacioppo, J. T., ve Petty, R. E. (1984). The need for cognition: Relationship to attitudinal processes. R. P. McGlynn, J. E. Maddus, C. D. Stoltenberg ve J. H. Harvey (Ed.), *Interfaces in psychology: Social perception in clinical and counseling psychology* (s. 113–139). Lubbock, TX: Texas Teach Press.

Cai, H., Brown, J. D., Deng, C., ve Oakes, M. A. (2007). Self-esteem and culture: Differences in cognitive self-evaluations or affective self-regard?. *Asian Journal of Social Psychology*, *10*(3), 162-170.

Campbell, D. T. (1963). Social attitudes and other required behavioral dispositions. S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of science* kitabında (Cilt. 6, s. 94–172). New York: McGraw Hill.

Campbell, J. D. (1990). Self-esteem and clarity of the self-concept. *Journal of personality and social psychology, 59*(3), 538.

Cantor, N., ve Mischael, W. (1979). Protoypes in person perception. L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Cilt. 12, s. 3–52). New York: Academic Press.

Carlsmith, J. M., ve Aronson, E. (1963). Some hedonic consequences of the confirmation and disconfirmation of expectances. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 66*(2), 151.

Caron, A. H. (1979). First–time exposure to television: Effects on Inuit's children's cultural images. *Communication Research, 6,* 135–154.

Carver, C. S., ve Scheier, M. F. (1981). *Attention and self-regulation: A contraltheory approach to human behavior.* New York: Springer Verlag.

Carver, C. S., ve Scheier, M. F. (1998). *On the self regulation of behavior.* New York: Cambridge University Press.

Cemalcilar, Z. (2012). *Psikoloji.* Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Lisans kitabı. Eskişehir: Açık Öğretim Yayınları.

Chaiken, S. (1987). The heuristic model of persuasion. N. P. Zanna, J. N. Olson, and C. P. Herman (Ed.), *Social influence: The Ontario symposium* (kitabında) (Cilt.5, s. 3–39). Hillsdale, HJ: Erlbaum.

Chaiken, S., Liberman, A., ve Eagly, A.H. (1989). Heuristic and systematic information processing within and beyond the persuasion context. In J.S. Uleman ve J.A. Bargh (Eds.), *Unintended thought* (s. 212–252). New York: Guilford Press.

Chandler, T. A., Shama, D. D., Wolf, F. M., ve Planchard, S. K. (1981). Multiattributional Causality: A Five Cross National–Samples Study. *Journal of Cross–Cultural Psychology, 12,* 207–221.

Chen, S. C. (1937). Social modification of the actfvity of ants in nest building. *Physiological Zoology, 10,* 420–436.

Chen, S., ve Chaiken, S. (1999). The heuristicsystematic model in its broader context. In S. Chaiken ve Y. Trope (Eds.), *Dual-process theories in social psychology* (s. 73–96). New York: Guilford Press.

Cialdini, R. B., ve diğerleri (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology, 34,* 366–375.

Cialdini, R.B, Reno, R.R., ve Kallgren, C.A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology, 58,* 1015–1026.

Cinnirella, M., ve Green, B. (2007). Does 'cyber-conformity' vary cross-culturally? Exploring the effect of culture and communication medium on social conformity. *Computers in Human Behavior, 23,* 2011-2015.

Clark, K. B., ve Clark, M. P. (1958). Racial identification and preference in Negro children. E. E. Maccoby, T. M. Newcomb, ve E. L. Hartley (Eds.) *Readings in social psychology* kitabında (s. 602–611). New York: Henry Holt.

Cohen, A. R. (1959). Some implications of self–esteem for social influence. Hovland, C. I. ve Janis, I. L. (ed.) *Personality and persuasibility* (kitabında) (s. 102–120). New Haven, Coun: Yale.

Cohen, R.L., ve Alwin, D.F. (1993). The Bennington Women of the 1930s: Political Attitudes Over the Life. K. Hulbert ve D. Schuster (Eds.) *Women's Lives Through Time: Educated American Women of the Twentieth Century* kitabında (s. 117-139). San Francisco: Jossey-Bass.

Conger, J. A., ve Kanungo, R. N. (1988). *Charismatic leadership.* San Francisco: Jossey–Bass.

Cooley, C. H. (1922). *Human nature and the social order.* New York: Charles Scribner's Sons.

Cottrell, N. B., Rittle, R. H. ve Wack, D. L. (1967). Presence of an audience and list type (competitional or noncompetitional) as joint determinants of performance in paired–associates learning. *Journal of Personality, 35,* 425–433.

Cottrell, N. B., Wack, D. L., Sekerak, G. J., ve Rittle, R. H. (1968) Social facilitation of dominant responses by the presence of an audience and the mere presence of others. *Journal of personality and Social Psychology, 9,* 245–250.

Crocker, J., ve Wolfe, C. (2001). Contingencies of self-worth. *Psychological review, 108*(3), 593.

Cross, J. G., ve Guyer, M. J. (1980*). Social traps.* Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Crutchfield, R. S. (1955). Conformity and character. *American Psychologist, 10,* 191–198.

Çarkoğlu, A., ve Kalaycıoğlu, E. (2013). Türkiye'de aile, iş ve toplumsal cinsiyet. Uluslararası Sosyal Saha Çalışmaları (ISSP) Raporu. http://ipc.sabanciuniv.edu/wp-content/uploads/2013/11/Aile-2012-ISSP-Family-Survey-final.pdf

Darley, J. M., ve Latané, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology, 8,* 377–383.

Dashinell, J. F. (1930). An experimental analysis of some group effects. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 25,* 190–199.

Dawes, R. M. (1972). *Fundamentals of Attitude Measurement (Foundations of Social Psychology).* John Wiley ve Sons Inc.

Davis, K. E., ve Jones, E. E. (1960). Changes in interpersonal perceptions as a

means of reducing cognitive dissonance. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 61,* 402–410.

Davitz, J. (1952). The effects of previous training on postfrustration behavior. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 47,* 309–315.

Derzon, J. H., ve Lipsey, M. W. (2002). A meta-analysis of the effectiveness of mass communication for changing substance use knowledge, attitudes and behavior. *Mass media and drug prevention: Classic and contemporary theories and research*, 231-258.

Deutsch, M. (1985). *Distributive justice: A social psychological perspective.* New Haven, CT: Yale University Press.

Deutsch, M., ve Gerard, H. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 51,* 629–636.

Diener, E. (1980). Deindividuation: The absence of self–awareness and self–regulation in group members. P. Paulus (Ed.), *The psychology of group influence* (kitabında) (s. 209–242), Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Dion, K. K., Berscheid, E., ve Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology, 24,* 285–290.

Dittes, J. E., ve Kelley, H. H. (1956). Effects of different conditions of acceptance upon conformity to group norms. *Journal of Abnormal and Social Plsychology, 53,* 100–107.

Domino, G. (1992). Cooperation and competition in Chinese and American children. *Journal of Cross–Cultural Psychology, 23,* 456–467.

Donley, R. E., ve Winter, D. G. (1970). Measuring the motives of public officials at a distance: An exploratory study of American presidents. *Behavioral Science, 15,* 3, 227–236.

Dovidio, J.F., Kawakami, K., Johnson, C., Johnson, B., ve Howard, A. (1997). The nature of prejudice: Automatic and controlled processes. *Journal of Experimental Social Psychology, 33,* 510–540.

Dunnette, M.D., Campbell, J., ve Jaastad, K. (1963). The effect of group participation on brainstorming effectiveness for two industrial samples. *Journal of Applied Psychology, 47,* 30–37.

Durkheim, E. (1898). Réprésentations individuelles et réprésentations collectives. *Revue de Métaphysique, 6,* 274–302.

Eagly, A. H., ve Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes.* Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.

Eagly, A. H., ve Chrvala, C. (1986). Sex differences in conformity: Status and gender role interpretations. *Psychology of Women Quarterly, 10,* 203–220.

Earley, P. C., ve Mosakowski, E. (2000). Creating hybrid team cultures: An empirical test of transnational team functioning. *The Academy of Management Journal, 43 (1)*, 26-49.

Ebbinghaus, H., ve Meyer, M. (1908). *Psychology: An elementary text-book.* Boston, MA US: D C Heath ve Co Publishers.

Ekman, P. (1994). Strong evidence for universals in facial expressions: A reply to Russell's mistaken critique. *Psychological Bulletin, 115*, 268-287.

Ekman, P., ve O'Sullivan, M. (1991). Who can catch a liar? *American Psychologist, 46,* 913–920.

Ekman, P., ve Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology, 17,* 124–129.

Elfenbein, H.A., ve Ambady, N. (2003). Universals and Cultural Differences in Recognizing Emotions. *Current Directions in Psychological Science, 12*, 159-164.

English, H. B., ve English, A. C. (1958). *A comprehensive dictionary of psychological and psychoanalytical terms.* New York: David McKay.

Epley, N., ve Whitchurch, B. (2008). Mirror, mirror on the wall: Enhancement in self-recognition. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34,* 1159-1170.

Eron, L. R., ve Huesmann, R. (1980). Adolescent aggression and television. *Annals of the New York Academy of Sciences, 347,* 319–331.

Evans, A. T., ve Clark, J. K. (2012). Source characteristics and persuasion: The role of self-monitoring in self-validation. *Journal of Experimental Social Psychology, 48,* 383-386.

Faris, E. (1937). *The nature of human nature.* New York: McGraw- Hill.

Farris, G. F., ve Butterfield, D. A. (1972). Goal congruence in Brazilian organizations. *Revista Interamericana de Psicologia, 6,* 225–233.

Fawcett, J. V. (1973). *Value of children for parents.* Research progress report. East–West Population Center, Hawaii.

Fazio, R. H. (1989). On the power and functionality of attitudes: The role of attitude accessibility. A. R. Pratkanis, S. J. Breckler, ve A.G. Greenwald (Eds.), *Attitude structure and function* kitabında (s.153–179). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Fazio, R. H. (1990). How do attitudes guide behavior? R. M. Sorrentino ve E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* (kitabında) (s. 204–243). New York: Guildford Press.

Feldman, R. S. (2001). *Social Psychology.* Third edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice

Feshbach, S. (1971). Dynamics and morality of violence and aggression: Some

psychological considerations. *American Psychologist, 26,* 281–292.

Feshbach, N., ve Feshbach, S. (1981). Empathy training and the regulation of aggression: Potentialities and limitations. Batı Psikoloji Kuruluşu Kongresi'nde sunum.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitve dissonance.* Evanston, 111: Row, Peterson.

Festinger, L., ve Carlsmith, J. M. (1959) Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 58,* 203–210.

Festinger, L., Pepitone, A. ve Newcomb, T. (1952). Some consequences of deindividuation in a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 47,* 382–389.

Fiedler, F. E. (1964). A contingency model of leadership effectiveness. Ber kowitz, L. (ed.) *Advances in experimental social psychology* (kitabında) (Cilt 1, s. 150–190). New York: Academic..

Fiedler, F. E. (1968) Personality and situational determinants of leadership effectiveness. Cartwright, D. ve Zander, A. (Ed.) *Group dynamics* (kitabında) (s. 362–380) (3. baskı). New York: Harper ve Row.

Fishbein, M., ve Coombs, F. S. (1974). Basis for decision: An attitudinal analysis of voting behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 4,* 95–124.

Fischer, P., ve Greitemeyer, T. (2006). Music and aggression: The impact of sexual-aggressive song lyrics on aggression-related thoughts, emotions, and behavior toward the same and the opposite sex. *Personality and Social Psychology Bulletin, 32*(9), 1165-1176.

Fiske, S. T. (1980). Attention and weight in person perception: The impact of negative and extreme behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 33,* 889–906.

Fiske, S. T., ve Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition* (2nd ed.). New York: Random house.

Fletcher, G. J. O., ve Ward, C. (1988). Attribution Theory aand Processes: A Cross–Cultural Perspective. M. H. Bond (Ed.), *The Cross–Cultural Challenge to Social Psychology* (s. 230–244). Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.

Forsyth, D. R. (1992). *An introduction of group dynamics* (2nd ed.). Monterey, CA: Brooks/Cole.

Forsyth, D. R., Kerr, N. A., Burnette, J. L., ve Baumeister, R. F. (2007). Attempting to improve the academic performance of struggling college students by bolstering their self-esteem: An intervention that backfired. *Journal of Social and Clinical Psychology, 26,* 447-459.

Franzoi, S. L. (1996). *Social psychology.* Chicago: Brown and Benchmark Publishers.

Franzoi, S. L. (2006). *Social Psychology* (4th ed.). New York: McGraw–Hill.

Frager, R. (1970). Conformity and anticonformity in Japan. *Journal of Personality and Social Psychology, 15,* 203–210.

Fraser, C. (1971). Group risk–taking and group polarization. In Hackman, J. ve Oldham, G. (1980). *Work redesign.* Reading, MA: Addison–Wesley.

Fraser, C., Gouge, C., ve Billig, M. (1971). Social groups, nonsense groups and group polarization. H. Tajfel (Ed.), The social dimension: European developments in social psychology (Cilt. 2, s. 473–497). London: Cambridge University Press.

Freedman, J. L. (1965). Long–term behavioral effects of cognitive dissonence. *Journal of Experimental Social Psychology, l,* 145–155.

Freedman, J. L., Carlsmith, J. M., ve Sears, D. D. (1974). *Social Psychology* (2nd ed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Freedman, J. L. ve Doob, A. N. (1968). *Deviancy.* New York: Academic.

Freedman, J. L., Sears, D. O., ve Carlsmith, J. M. (1981). *Social Psychology*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Freud, S. (1948). *Beyond the pleasure principle.* London: Hogarth Press and Intitute of Psycho–analysis.

Friedman, T. (Host). (2003). Searching fort he roots of 9/11 [Belgesel]. NY Times Television

Froming, W. J., Walker, G. R., ve Lopyan, K. J.(1982). Public and private self–awareness: When personal attitudes conflict with societal expectations. *Journal of Experimental Social Psychology, 18,* 476–487.

Gabrenya, W. K., Wang, Y. E., ve Lataner, B. (1985). Social loafting on an optimizing task: Cross–cultural differences among Chinese and Americans. *Journal of Cross–Cultural Psychology, 16,* 223–242.

Gabriel, S., ve Gardner, W. L. (1999). Are there "his" and "hers" types of interdependence? The implications of gender differences in collective versus relational interdependence for affect, behavior, and cognition. *Journal of Personality and Social Psychology, 77,* 642-655.

Gaertner, S. L., ve Dovidio, J. F. (2000). *Reducing intergroup bias: The common ingroup identity model.* Philadelphia, PA: Psychology Press.

Gaertner, S. L., ve Dovidio, J. F. (2008). Addressing contemporary racism: The common ingroup identity model. In Willis-Esqueda C.(Ed.) *Motivational aspects of prejudice and racism* (pp. 111-133). New York: Springer.

Galotti, K. M., Kozberg, S. F., ve Farmer, M. C. (1990). Gender and developmental differences in adolescents' conceptions of moral reasoning. Society for Research in Adolescents toplantısında sunulan tebliğ, Atlanta.

Geen, R., ve Quanty, M. (1977). The catharsis of aggression: An evaluation of a hypothesis. L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (kitabında) (Vol. 10, s. 1–36). New York: Academic Press.

Geen, R., Stonner, D., ve Shope, G. (1975). The facilitation of aggression by aggression: A study in response inhibition and disinhibition. *Journal of Personality and Social Psychology, 31*, 721–726.

Gerard, H. B., Wilhemy, R. A., ve Connolley, E. S. (1968) Conformity and group size. *Journal of Personality and Social Psychology, 8*, 79–82.

Gilbert, D. T. (1998a). Ordinary personology. Gilbert, D. T., Fiske, S. T., ve Lindzey, G. (Ed.), *The handbook of social psychology* (4. basım, cilt 2) (kitabında) (s. 89–150). New York: McGraw–Hill.

Gilbert, G. M. (1951). Stereotype persistence and change among college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 46,* 245–254.

Gilligan, C. (1996). The centrality of relationships in psychological development: A puzzle, some evidence, and a theory. G. G. Noam ve K. W. Fischer (Ed.), *Development and vulnerability in close relationships* (kitabında). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Gilligan, C., ve Attanucci, J. (1988). Two moral orientations. C. Gilligan, J. V. Ward, J. M. Taylor, and B. Bardige (Ed.), *Mapping the moral domain* (kitabında). Cambridge, MA: Harvard University press.

Glass, D. (1964). Changes in liking as a means of reducing cognitive discrepancies between self–esteem and aggression. *Journal of Personality and Social Psychology, 61,* 402–410.

Goffman, E. (1961b). *Asylums*. New York: Doubleday Anchor.

Goswami, U., Porpodas, C., ve Wheelwright, S. (1997). Children's orthographic representations in English and Greek. *European Journal of Psychology of Education, 12 (3)*, 273-292.

Göregenli, M. (1995). Kültürümüz açısından bireycilik–toplulukçuluk eğilimleri: Bir başlangiç çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi, 10,* 1–14.

Greenwald, A. G., ve Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review, 102*, 4-27.

Greenwald, A. G., ve Farnham, S. D. (2000). Using the implicit association test to measure self-esteem and self-concept. *Journal of personality and social psychology*, *79*(6), 1022.

Gudykunst, W. B., Gao, G., Schmidt, K. L., Nishida, T., Bond, M. H., Leung, K., Wang, G., ve Barraclough, R. A. (1992). The influence of individualism collectivism, self-monitoring, and predicted-outcome value on communication in ingroup and outgroup relationships. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *23* (*2*), 196-213.

Hague, A. (1969). National stereotypes of college students in Hyderabad (Pakistan) during the Indo–Pakistan War. *Pakistan Journal of Psychology, 2,*

21–38.

Hall, J. A., ve Veccia, E. M. (1990). More "Touching" observations: New insights on men, women, and interpersonal touch. *Journal of Personality and Social Psychology, 59*, 1155-1162.

Han, S., ve Shavitt, S. (1993). *Persuasion and Culture: Advertasing Appeals in Individualistic and Collectivistic Societies.* Basılmamış monograf, Illinois Üniversitesi.

Haney, C., Banks, W. C., ve Zimbardo, P. G. (1973).Interpersonal dynamics in a simulated prison. *International Journal of Criminology and Penology, 1,* 69-97.

Hansen, C. H., ve Hansen, R. D. (1990). Rock music videos and antisocial behavior. *Basic and Applied Social Psychology, 11*(4), 357-369.

Harkins, S. G., ve Szymanski, K. (1988). Social loafing and self–evaluation with an objective standard. Journal of Experimental Social Psychology, 24, 354–365.

Harkins, S., ve Syzmanski, K. (1989). Social loafing and group evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology, 56,* 934–941.

Hegel. G. W. F. (1807) *Phanomenologie des Geistes.* (İngilizce tercümesi: 1910, Londra: G. Allen ve Unwin.).

Hatcher, J. (1982). Arousal and conformity. In

H. Brandstatter, J. H. Davis, ve G. Stocker Kreichgauer (kitabında), *Group decision-making* (s. 453–472). London: Academic Press.

Hau, K. T., ve Salili, F. (1991). Structure and Semantic Differential Placement of Specific Causes: Academic Causal Attributions by Chinese Students in Hong Kong. *International Journal of Psychology, 26,* 175–193.

Haughvedt, C. P., ve Petty, R. E. (1992). Personality and persuasion: Need for cognition moderates the persistence and resistence of attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology, 63,* 308–319.

Haughtvedt, C. P., ve Wegener, D. (1994). Message order effects in persuasion: An attitude strength perspective. *Journal of Consumer Research, 21,* 205-218.

Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organization. *Journal of Psychology, 21,* 107–112.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations.* New York: John Wiley.

Ho, D. Y–F., ve Chiu, C–Y. (1994). Component ideas of individiualism, collectivism and social organisation: An application in the study of Chinese culture. U. Kim, H. C. Triandis, C. Kağıtçıbaşı, S–C. Choi, ve G. Yoon (Ed.), *Individualism and collectivism: Theory, method and applications* (kitabında) (s. 137–156). Thousand Oaks, CA: Sage.

Hodges, B. H. (1974). Effect of valence on relative weighting in impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology, 30,* 378–381.

Hoffman, M. L., ve Saltzstein, H. D. (1967). Parent discipline and the child's moral development. *Journal o f Personality and Social Psychology, 5,* 45–57.

Hofstede, C. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work–Related Values.* Beverly Hills, CA: Sage.

Hogg, M.A., ve Vaughan, G.M. (2002). *Social Psychology* (3rd ed.). Harlow, England: Prentice Hall.

Hollander, E. P. (1958). Conformity, status, and idiosyncracy credit. *Psychological Review, 65,* 117–127.

Hollingshead, A. B. (1949*). Elmtown's youth.* New York: Wiley.

Homans, G. C. (1950) *İnsan Grubu.* (Çev. O. Onaran, B. Oran, Ü. Oskay) Ankara: TODAİ Yay. No. 121.

Homans, G. C. (1961). *Social behavior: Its elementary forms.* New York: Harcourt, Brace and World.

Horwitz, S. K., ve Horwitz, I. B. (2007). The effects of team diversity on team outcomes: A meta-analytic review of team demography. *Journal of Management, 33 (6),* 987-1015.

House, R. J. (1977). A theory of charismatic leadership. J. G. Hunt ve L. L. Larson (Ed.), *Leadership: The cutting edge* (kitabında) (s. 189–207). Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.

House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., ve Gupta, V. (2004). *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 cultures.* Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

House, R. J., Spangler, W. D. ve Woycke, J. (1991). Personality and charisma in the U.S. presidency: A psychological theory of leader effectiveness.*Administrative Science Quarterly, 36,* 364–396.

Hovland, C. I., ve Weiss, H. T. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly, 15,* 635–650.

Hovland, C. I. (1959). Reconciling conflicting results derived from experimental and survey studies of attitude change. *American Psychologist, 14,* 8–17.

Hovland, C. I., ve Janis, I. L. (Eds.) (1959) *Personality and persuasibility.* New Haven, Conn.: Yale University Press.

Hovland, C. I., Harvey, O. J., ve Sherif, M, (1957) Assimilation and contrast effects in reaction to communication and attitude change. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 55,* 244–252.

Hovland, C. I., Janis, I. L., ve Kelley, H. H. (1953). *Commuication and persuasion.* New Haven, Conn.: Yale University Press.

Hovland, C. I., Lumsdaine, A. A., ve Sheffield, F. D. (1949) *Experiments on mass communication.* Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Howell, J. M., ve Frost, P. J. (1989). A laboratory study of charismatic leadership. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 43,* 243–269.

Huesmann, L. R., Lagerspetz, K., ve Eron, L. (1984). Intervening variables in the TV violence–aggression relation: Evidence from two countries. *Developmental Psychology, 20,* 746–775.

Hunt, G. T. (1940). *The wars of the Iroquois*. Madison: The University of Wisconsin Press.

Hunt, P. J., ve Hillery, J. M. (1972). *Social facilitation at different stages in learning.* Midwestern Psychological Association toplantısında okunan tebliğ Meetings, Cleveland: Ohio.

Iwao, S. (1989). *Social psychology's models of social behavior: Is it not time for West to meet East?* Basılmamış monograf. Keio Üniversitesi, Institute for Communication Research, Tokyo, Japan.

Iyengar, S, Kinder, D. R., Peters, M. D., ve Krosnick, J. A. (1984). The evening news and presidentail evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology, 46,* 778–787.

İmamoğlu, E. O. (2003). Individuation and relatedness: Not opposing but distinct and complementary. *Genetic, Social and General Psychology Monographs, 129(4),* 367-402.

İmamoğlu, E. O., ve Karakitapoğlu-Aygun, Z. (2004). Self-construals and values in different cultural and socioeconomic contexts. *Genetic, Social and General Psychology Monographs, 130(4),* 277-306.

Jackson, J. M. (1987). Social impact theory: a social forces model of influence. In B. Mullen, ve G. R. Goethals (Eds.), *Theories of Group Behavior,* (s. 111-124). New York: Springer.

James, W. (1890). *Principles of Psychology.*

Janis, I. (1972). *Victims of Groupthink.* Boston: Houghton Mifflin.

Janis, I. L., ve Field, P. B. (1959). Sex differences in personality factors related to persuasibility. C. I. Hovland (Ed.) *Communication and persuasion* (kitabında) (s. 55–68). New Haven, Conn: Yale.

Janis, I. L. (1982). *Groupthink* (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin.

Janis, I. L., ve Feshbach, S. (1953) Effects of fear–arousing communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 19,* 241–259.

Janis, I. L., Kaye, D., ve Kirschner, P. (1965). Facilitating effects of "eating-while-reading" on responsiveness to persuasive communications. *Journal of Personality and Social Psychology, 1,* 181-186.

Jennings, H. H. (1958). Leadership and sociometric choice. E. E. Maccoby, T. M. N'ewcomb ve E. L. Hartley (Ed.) *Readings in social psychology* (kitabında) (s. 483–489), (3. Baskı). New York: Holt.

Johnson, J. D., Adams, M. S., Ashburn, L., ve Reed, W. (1995). Differential gender effects of exposure to rap music on African American adolescents' acceptance of teen dating violence. *Sex Roles, 33*(7-8), 597-605.

Jones, E. E., ve diğerleri (1968). Pattern of performance and ability attribution: An unexpected primacy effect. *Journal of Personality and Social Psychology, 10,* 317–340.

Jones, E. E., ve Davis, K. E. (1965). A Theory of Correspondent Inferences: From Acts to Dispositions. L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Kitabında) (Cilt. 2, s. 219–266). New York: Academic Press.

Jones, E. E., ve Harris, V. A. (1967). The Attribution of Attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology, 3,* 1–24.

Judd, C. M., Ryan, C. S., ve Park, B. (1991). Accuracy in the judgment of in–group and out–group variability. *Journal of Personality and Social Psychology, 61,* 366–379.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1972). *Sosyal değişmenin psikolojik boyutları.* Ankara: Social Science Association Publications.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1973). *Gençlerin Tutumları: Kültürlerarası Karşılaştırma.* (Youth's attitudes: A Cross-Cultural Comparison). Ankara: Middle East Technical University Publications.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1975). *Dış Ülke Yaşantısının Etkileri (Effects of sojourn experience).* İstanbul: Boğaziçi University Publications.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1980). *Çocuğun değeri: Türkiye'de değerler ve doğurganlık (Value of the child: Values and fertility in Turkey).* İstanbul: Boğaziçi University Publications.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1990). Family and socialization in cross–cultural perspective: A model of change. In J. Berman (Ed.) *Cross–Cultural perspectives: Nebraska Symposium on motivation, 1989* (kitabında) (s. 135–200). Lincoln: University of Nebraska Press.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1996a). *Family and human development across cultures: A view from the other side.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1996b). Özerk-ilişkisel benlik: Yeni bir sentez. *Türk Psikoloji Dergisi, 37,* 36–43.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1998). *Kültürel psikoloji: Kültür bağlamında insan ve aile.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). Autonomy and relatedness in cultural context: Implications for self and family. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 36*(4),

403-422.

Kağıtçıbaşı, Ç. (2013). *Benlik, Aile ve İnsan Gelişimi: Kültürel Psikoloji.* Koç Üniversitesi Yayını, 3. Baskı.

Kağıtçıbaşı, Ç., ve Ataca, B. (2005). Value of children, family and self: A three decade portrait from Turkey. *Applied Psychology: An International Review, 54*(3), 317-337.

Kağıtçıbaşı, Ç., Bekman, S., ve Sunar, D. (1993). *Başarı ailede başlar (Success starts in the family).* İstanbul, YAPA.

Kahn, M. (1966). The physiology of catharsis. *Journal of Personality and Social Psychology, 3,* 278–298.

Kallgren, C. A., ve Wood, W. (1986). Access to attitude–relevant information in memory as a determinant of attitude–behavior consistency. *Journal of Experimental Social Psychology, 22,* 328–338.

Kanungo, R. N. (1998). Leadership in organizations: Looking ahead to the 21st century. *Canadian Psychology, 39,* 71–82.

Kao, D. T. (2011). Message sidedness in advertising: The moderating roles of need for cognition and time pressure in persuasion. *Scandinavian Journal of Psychology, 52,* 329–340.

Kaplan, M. F., ve Miller, C. E. (1987). Group decision making and normative versus informational influence: Effects of type of issue and assigned decision rule. *Journal of Personality and Social Psychology, 53,* 306–313.

Karadayı, E. F. (1998). *İlişkili özerklik: Kavramı, ölçülmesi, toplumsal önemi, gençlere ve kültüre özgü değerlendirmeler.* Adana, TR: Çukurova Üniversitesi Basımevi.

Karakashian, L. M., Walter, M. I., Christopher, A. N., ve Lucas, T. (2006). Fear of negative evaluation affects helping behaviour: The bystander effect revisited. North American Journal of Psychology, 8, 13-32

Karlins, M., Coffman, T. L., ve Walters, G. (1969). On the finding of social stereotypes: Studies in three generations of college students. *Journal of Personality and Social Psychology, 13,* 1–16.

Kashima, Y., ve Triandis, H. C. (1986). The Self–serving bias in attributions as a coping strategy: A cross–cultural study. *Journal of Cross–Cultural Psychology, 17,* 83–97.

Kashima, Y., Siegel, M., Tanaka, K., ve Kashima, E. S. (1992). Do people believe behaviors are consistent with attitudes? Towards a cultural psychology of attribution process. *British Journal of Social Psychology, 31,* 111–124.

Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly, 24,* 163–204.

Katz, D., ve Braly, K. W. (1933). Racial prejudice and social stereotypes. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 30,* 175–193.

Katz, E., ve Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications.* Glencoe, I 11.: Free Press.

Katz, E. (1957). The two–step flow of communication: An up–to date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly, 21,* 61–78.

Kaufman, K., Gregory, W. L., ve Stephan, W. G. (1990). Maladjustment in statistical minorities within ethnically unbalanced classrooms. *American Journal of Community Psychology, 18,* 757–765.

Kelley, H. H. (1950). The warm–cold variable in first impressions of persons. *Journal of Personality, 18,* 431–439.

Kelley, H. H. (1967). Attribution theory in social psychology. *Nebraska Symposium on Motivation, 15,* 192–238.

Kelley, H. H., ve Volkart, E. H. (1952) The resistance to change of groupanchored attitudes. *American Sociological Review, 17,* 453–465.

Kelley, H. H., ve Woodruff, C. L. (1956). Members' reactions to apparent group approval of a counter–norm communication. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 52,* 67–74.

Kelman, H. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly, 25,* 57–78.

Kelman, H. C., ve Hovland, C. I. (1953). Reinstatement of the communicator in delayed measurement of opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 48,* 327–335.

Kemeny, J. G. (1959). *A Philosopher looks at science.* Princeton, N. J. Van Nostrand.

Kerr, N. L. (1983). Motivation losses in small groups: A social dilemma. *Journal of Personality and Social Psychology, 45,* 819–828.

Kerr, N. L., ve Bruun, S. E. (1981). Ringelmann, revisited: Alternative explanations for the social loafing effect. *Personality and Social Psychology Bulletin, 7,* 224–231.

Kerr, N. L., ve Kaufman–Gilliland, C. M. (1994). Communication, commitment, and cooperation in social dilemmas. Journal of Personality and Social Psychology, 66, 513–529.

King, S. W., Minami, Y., ve Samovar, L.(1985). A comparison of Japanese and American perceptions of source credibility. *Communication Research Reports, 2,* 76–79.

Kitayama, S., Duffy, S., Kawamura, T., ve Larsen, J. T. (2003). Perceiving an object and its context in different cultures: A cultural look at new look. *Psychological Science (Wiley-Blackwell), 14*(3), 201-206.

Kluckhohn, C. (1954). Southwestern studies of culture and personality. *American Anthropologist, 56,* 685–697.

Knight, G. P., ve Dubro, A. F. (1984).Cooperative, competitive and individualistic social values: An individualized regression and clustering approach. *Journal of Personality and Social Psychology, 46,* 98–105.

Kogan, N., ve Doise W. (1969). Effects of anticipated delegate status on level of risk–taking in small decision–making groups. *Acta Psychologica, 29,* 228–243.

Kohlberg, L. (1969). Stage and sequence: The cognitice–developmental approach to socialization. D. A. Goslin (Ed.) *Handbook of socialization, theory and research* (kitabında) (s. 347–480). Chicago: Rand McNally.

Kozan, M. K. (1989). Cultural influences on styles of handling interpersonal conflicts: Comparisons among Jordanian, Turkish, and U.S. managers. *Human Relations, 42,* 787–789.

Kozan, M. K. (1993). Cultural and industrial level influences on leadership attitudes for Turkish managers. *International Studies of Management and Organizations, 23,* 7–17.

Kozan, M. K., ve İlter, S. S. (1994). Third–party roles played by Turkish managers in subordinates' conflicts. *Journal of Organizational Behavior, 15,* 453–466.

Kramer, R. M., Mc Clintock, C. G., ve Messick, D. M. (1986). Social values and cooperative response to a stimulated resource conversation crisis. *Journal of Personality, 54,* 576–592.

Kroeber, A. L. (1927). Disposal of the dead. *American Anthropologist, 29,* 308–315.

Kroeber, A. L., ve Kluckhohn, C. (1952). Culture: a critical review of concepts and definitions. *Peabody Museum of Archaeology ve Ethnology, 47,* 223.

Krosnick, J. A., ve Alwin, D. F. (1989). Aging and susceptibility to attitude change. *Journal of Personality and Social psychology, 57,* 416–425.

Kruglanski, A. W., ve Freund, T. (1983). The freezing and unfreezing of lay inferences: An ineradicable and egocentric bias in social perception. *Journal of Personality and Social Psychology, 67,* 596–610.

Krull, D. S., ve Dill, J. C. (1996). On thinking first and responding fast: Flexibility in social inference processes. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22,* 949–959

Kuhn, M. H., ve McPartland, T. (1954). An empirical investigation of self attitudes. *American Sociological Review, 19,* 68–76.

Kulik, J., ve Brown, R. (1979). Frustration, attribution of blame, and aggression. *Journal of Experimental and Social Psychology, 15,* 183–194.

Kumkale, G. T., ve Albarracı´n, D. (2004). The sleeper effect in persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin, 130,* 143–172.

Kutner, B., Wilkins, C., ve Yarrow, P. R. (1952). Verbal attitudes and overt behavior involving racial prejudice. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 47,* 649–652.

La Piere, R. T. (1934). Attitudes vs. actions. *Social Forces, 13,* 230–237.

Lambert, W. E., ve Klineberg, O. (1967). *Children's views of foreign peoples: A cross-national study.* New York: Appleton-Century-Crofts.

Lambert, W. W., ve Weisbrod, R. (1971). *Comparative Perspectives on Social Psychology.* Boston: Little, Brown.

Lamm, H., ve Kogan, N. (1970). Risk–taking in the context of intergroup negotiation. *Journal of Experimental Social Psychology, 6,* 351–363.

Langer, E. J. (1975). The Illusion of Control. *Journal of Personality and Social Psychology, 32,* 311–328.

Latane, B., ve Darley, J. M. (1970). *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?* New York: Appleton-Century-Crofts.

Latane, B. (1981). The psychology of social impact. *American Psychologist, 36,* 343-365.

Latane, B., Williams, K., ve Harkins, S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 822–832.

Laughlin, P. R. (1980). Social combination processes of cooperative, problem solving groups on verbal intellective tasks. M. Fishbein (Ed.), *Progress in social psychology* (Kitabında) (Cilt. 1, s. 127–155). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Laughlin, P. R., ve Early, P. C. (1982). Social combination models, persuasive arguments theory, social comparison theory, and choice shifts. *Journal of Personality and Social Psychology, 42,* 273–280.

Lazarsfeld, P. F. (1949). The american soldier– an expository review. *Public Opinion Quarterly, 13,* 377–404.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., ve Gaudet, H. (1948). *The People's Choice.* New York: Columbia.

Lazarus, M., ve Steinthal, H. (1860–1890). *Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft.* Cilt 1–20, Berlin: F. Dimmler.

Leavitt, H. J. (1951). Some effects of certain communication patterns on group performance. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 46,* 38–50.

Lee, E.-J. (2006). When and how does depersonalization increase conformity to group norms in computer-mediated communication? *Communication Research, 33,* 423–447.

Lenski, G. (1954). Status crystallization: A non–vertical dimension of social status. *American Sociological Review, 29,* 405–413.

Lenski, G. (1956). Social participation and status crystallization. *American Sociological Review, 21,* 458–464.

Leventhal, H. (1970). Findings and theory in the study of fear communications. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 5). New York: Academic Press.

LeVine, R. A. (1988). Human parental care: universal goals, cultural strategies, individual behavior. In R.A. LeVine; P. M. Miller ve M. M. West (Eds.). *Parental behavior in diverse societies*. San Francisco: Jossey – Bass Inc.

Levine, M., Cassidy, C., ve Jentzsch, I. (2010). The implicit identity effect: Identity primes, group size, and helping. *British Journal of Social Psychology, 49*, 785-802.

Lewis, S. A., Langan, C. J., ve Hollander, E. P. (1972). Expectation of future interaction and the choice of less desirable alternatives in conformity. *Sociometry, 35*(3), 440-447.

Levy, L. (1960). Studies in corformity behavior: a methodological note. *Journal of Psychology, 50,* 39–41.

Lewin, K. (1948). *Resolving social conflicts*: New York: Harper.

Lewin, K. (1951). *Field theory in social science.* New York: Harper.

Lewin, K. (1958). Group decision and social change. E. E. Maccoby, T. M.Newcomb ve E. L.Hartley (Ed.) *Readings in Social Psychology,* (kitabında) (s. 197–211). New York: Holt, Rinehart ve Winston.

Lewin, K., Lippitt, R., ve White, R. K. (1939). Patterns of aggression behavior in experimentally created "social climates". *Journal of Social Psychology, 10,* 271–299.

Lewis, M., ve Brooks, J. (1978). Self-knowledge and emotional development. *The development of affect*, 205-226.

Lieberman, S. (1956). The effects of changes in roles on the attitudes of role occupants. *Human Relations, 9,* 385–402.

Liebert, R., ve Baron, R. (1972). Some immediate effects of televised violence on children's behavior. *Developmental Psychology, 6,* 469–475.

Likert, R. (1932). A Technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology, 140,* 5–53.

Lindzey, G. (1954*). Handbook of social psychology.* Cambridge, Mass: Addison–Wesley.

Lindzey, G., ve Aronson, E. (1968). *Handbook of social psychology.* Cilt 1–5 (2. baskı). Reading, Mass: Addion–Wesley.

Lorenz, K. (1974). *Civilized man's eight deadly sins.* New York: Harcourt,

Brace, Jovanovich.

Lyubomirsky, S., Caldwell, N. D., ve Nolen–Hoeksema, S. (1993). Effects of ruminative and distracting responses to depressed mood on retrieval of autobiographical memories. *Journal of Personality and Social Psychology, 75,* 166–177.

Malinowski, B. B. (1927). *Sex and repression in savage society.* London: Kegan, Trench, Trubner ve Co.

Mann, R. D. (1959) A review of the relationships between personality and performance in small groups. *Psychological Bulletin, 56,* 241–270.

Mantell, D. M. (197 1). The potential for violence in Germany. *Journal of Social Issues, 27*(4), 101-1 12.

Markus, H., ve Zajonc, R. B. (1985). The cognitive perspective in social psychology. G. Lindzey ve E.Aronson (Ed.), *Hanbook of social psychology* (kitabında). New York: Random House.

Marlowe, D., ve Gergen, K. J. (1970). Personality and social behavior. K. J. Gergen ve D. Marlowe (Ed.) *Personality and social behavior* (kitabında) (s. 1–75). Reading, Mass: Addison–Wesley.

Martens, R. (1969). Effect of an audience on learning and performance of d complex motor skill. *Journal of Personality and Social Psychology, 12,* 252–260.

Maslach, C., Santee, R. T., ve Wade, C. (1987). Individuation, gender role, and dissent: Personality mediators of situational forces. *Journal of Personality and Social Psychology, 53,* 1088–1094.

Maslach, C., Stapp, J., ve Santee, R. T. (1985). Individuation: Conceptual analysis and assessment. . *Journal of Personality and Social Psychology, 49,* 729–738.

Matsumoto, D. (1999). Culture and self: An empirical assessment of Markus and Kitayama's theory of independent and interdependent self-construals. *Asian Journal of Social Psychology, 2,* 289–310.

Matsumoto, D., Kudoh, T., Scherer, K., ve Wallbott, H. (1988). Antecedents of and reactions to emotions in the United States and Japan. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 19,* 267-286.

Mayer, B., Trommsdorff, G., Kağıtçıbaşı, Ç., ve Mishra, R. C. (2012). Family models of independence/interdependence and their intergenerational similarity in Germany, Turkey, and India. *Family Science, 3 (1),* 64-74.

Mc Dougall, W. (1908). *Introduction to social psychology.* London: Methuen ve Co.

Mc Dougall, W. (1920). *The group mind.* New York: Dryden.

Mc Grath, J. E. (1964). *Social psychology: A Brief introduction.* New York: Holt,

Rinehart ve Winston.

Mc Guire, W. J. (1969). The nature of attitudes and attitude change. G.Lindzey ve E. Aronson (Ed.) *The handbook of social psychology,* (kitabında) (Cilt 3, s. 136–314) (2. baskı) Reading, Mass.: Addison–Wesley.

Mc Guire, W. J., ve Papageorgis, D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief–defense in producing immunity against persuasion. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 62,* 327–337.

McMillan, B., ve Conner, M. (2003). Applying an extended version of the theory of planned behavior to illicit drug use among students. *Jounal of Applied Social Psychology, 33,* 1662-1683.

Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society.* Chicago: The University of Chicago Press.

Medvec, V. H., Madey, S. F., ve Gilovich, T. (1995). When less is more: Counterfactual thinking and satisfaction among Olympic medalists. *Jounal of Personality and Social Psychology, 69,* 603–610.

Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal communication.* Chicago: Aldine–Atherton.

Merton, R. (1957). *Social theory and social structure.* Glencoe, I 11.: Free Press.

Michener, H. A., DeLamater, J. D., ve Myers, D. J. (2004). Social Psychology (5. Basım). Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 67,* 371-378.

Milgram, S. (1965). Some conditions of obedience and disobedience to authority. *Human Relations, 18,* 57–75.

Milgram, S., Bickman, L., ve Berkowitz, L. (1969). Note on the drowing power of crowds of different size. *Journal of Personality and Social Psychology, 13,* 79–82.

Miller, J. G. (1984). Culture and the development of everyday social explanation. *Journal Of Personality And Social Psychology, 46* (5), 961-978.

Miller, D. T., ve Ross, M. (1975). Self–serving Bias in the Attribution of Causality: Fact or Fiction? *Psychological Bulletin, 82,* 213–225.

Miller, L. E., ve Grush, J. E. (1986). Individual differences in attitudinal versus normative determination of behavior. *Journal of Experimental Social Psychology, 22,* 190–202.

Miller, N., ve Campbell, D. T. (1959). Recency and primacy in persuasion as a function of the timing of the speeches and measurements. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 59,* 1–9.

Mills, J., ve Aronson, E. (1965). Opinion change as a function of communicator's attractiveness and desire to influence. *Journal of Personality and Social Psychology, 1,* 173–177.

Minard, R, D. (1952). Race relationships in the Pocahontas coal field. *Journal*

Social Issues, 8, 29–44.

Miranda, F. S. B., Caballero, R. B., Gomez, M. N. G., ve Zamorano, M. A. M. (1981). Obediencia a la autoridad [Obedience to authority]. *Psiquis. 2,* 212- 221.

Mischel, W. (1968). *Personality and assessment.* New York: Wiley.

Misumi, J. (1985). *The behavioral science of leadership: An interdisciplinary Japanese research program.* Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Moede, W. (1920). *Experimentelle Massen–psychologie.* Leipzig: S. Hirzel.

Moghaddam, F. M., Taylor, D. M., ve Wright, S. C. (1993). *Social psychology in cross–cultural perspective.* New York: W. H. Freeman ve Company.

Morgan, M. (1982). Television and adolescents' sex role stereotypes: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology, 43,* 947–955.

Moscovici, S. (1985). Social influence and conformity. G. Lindzey ve E. Aronson (Ed.), Handbook of social psychology, (kitabında) (Cilt. 2, s. 347–412) (3. Baskı). New York: Random Press).

Moscovici, S., ve Zavalloni, M. (1969). The group as polarizer of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology, 12,* 125–135.

Murphy, S. T., ve Zojanc, R.B. (1993). Affect, cognition, and awareness: Affective priming with optimal and suboptimal stimulus exposures. *Journal of Personality and Social Psychology, 64(5),* 723–739.

Murray, S. L., Holmes, J. G., MacDonald, G., ve Ellsworth, P. C. (1998). Through the looking glass darkly? When self-doubts turn into relationship insecurities. *Journal of personality and social psychology, 75*(6), 1459.

Myers, D. G., ve Lamm, H. (1976). The group polarization phenomenon. *Psychological Bulletin, 83,* 602–627.

Nasco, S. A, ve Marsh, K. L. (1999). Gaining control through counterfactual thinking. *Personality and Social Psychology Bulletin, 25,* 556–568.

Naumann, L. P., Vazire, S., Rentfrow, P. J., ve Gosling, S. D. (2009). Personality Judgments Based on Physical Appearance. *Personality and Social Psychology Bulletin, 35,* 1661-1671.

Nettler, G. (1957). A measure of alienation. *American Sociological Review, 22,* 670–677.

Nevis, E. C. (1983). Using an American perspective in understanding another culture: Toward a hierarchy of need for the People's Republic of China. *The Journal of Applied Behavioral Science, 19,* 249–264.

Newcomb, M. D., Rabow, J., ve Hernandez, A. C. R. (1992). A cross–national study of nuclear attitudes, normative support, and activist behavior:

Addictive and interactive effects. *Journal of Applied Social Psychology, 22,* 780–800.

Newcomb, T. M. (1943). *Personality and social change: Attitude formation in a student community.* New York: Dryden.

Newcomb, T. M. (1950). *Social psychology.* New York: Dryden.

Newcomb, T.M., Koenig, K. E., Flacks, R., ve Warwick, D. P. (1967). *Persistence and change: Bennington College and its students after twenty-five years.* New York: Wiley.

Nisbett, R. E. (2003). *The geography of thought: How Asians and Westerners think differently, and why.* New York: Free Press.

Obermeyer, J. (1973). The relationship between moral development and role taking during the years 10 to 20. Basılmamış Master tezi; Beyrut Amerikan Üniversitesi.

Oddone-Paolucci, E., Genuis, M., ve Violato, C. (2000). A meta-analysis of the published research on the effects of pornography. *The changing family and child development,* 48-59.

Orbell, J. M., van de Kragt, A. J., ve Dawes, R. M. (1988). Explaining discussion–induced cooperation. *Journal of Personality and Social Psychology, 54,* 811–819.

Orpen, C. (1996). The effects of ingratiation and self-promotion tactics on employee career success. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 24,* 213-214.

Osborn, A. F. (1957). *Applied imagination.* New York: Scribner.

Osgood, C. E. (1971). Exploration in semantic space. *Journal of Social Issues, 27,* 5–64.

Osterweil, Z., ve Nagano–Hakamura, K. (1992). Maternal views on aggression: Japan and Israel. *Aggressive Behavior, 18,* 263–270.

Oyserman, D., Coon, H. M., ve Kemmelmeier, M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analysis. *Psychological Bulletin, 128,* 3–72.

Ozankaya, O. (1966). *Universite Ogrencilerinin Siyasal Yonelimleri.* Ankara: Ankara Universitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Padgett, V. R. (1989). Predicting organizational violence: An application of 11 powerful principles of obedience. Paper presented at the American Psychological Association Convention.

Park, B., ve Rothbart, M. (1982). Perception of Outgroup Homogeneity and Levels of Social Categorization: Memory for the Subordinate Attributes of In–Group and Out–Group Members. *Journal of Personality and Social Psychology, 42,* 1051–1068.

Parke, R., Berkowitz, L., Leyens, J., West, S., ve Sebastian, R. (1977). Some

effects of violent and nonviolent movies on the behavior of juvenile delinquents. L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (kitabında) (s. 135–172).

Parsons, T., ve Shils, E. A. (Eds.) (1951). *Towards a general theory of action.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Perrin, S., ve Spencer, C. P. (1981). Independence or conformity in the Asch experiment as a reflection of cultural and situational factors. *British Journal of Social Psychology, 20*, 205-210.

Pettigrew, T. F. (1998). Reactions toward the new minorities of Western Europe. *Annual Review of Sociology, 24,* 77–103.

Petty, R. E., ve Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. L. Berkowitz (Ed.), Advances in experimental social psychology (kitabında) (Cilt. 19, s. 123–205). New York: Academic Press.

Petty, R. E., Ostrom, T. N., ve Brock, T. C. (1981). Cognitive responses in persuasion. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Petty, R. E., Priester, J. R., ve Briñol, P. (2002). Mass media attitude change: Implications of the Elaboration likelihood model of persuasion. J. Byant ve D. Zillmann, (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* kitabında (2. Baskı, s. 155-199). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Phalet, K., ve Claeys, W. (1993). A comparative study of Turkish and Belgian youth. *Journal of Cross–Cultural Psychology, 24,* 319–343.

Piliavin, J. A., Dovidio, J. F., Gaertner, S. L., ve Clark, R. D. III (1981). *Emergency intervention.* New York: Academic Press.

Piliavin, I. M., Rodin, J., ve Piliavin, J. A. (1969). Good samaritanism: An underground phenomenon? *Journal of Personality and Social Psychology, 13*, 289-299.

Postman, L. (1953). On the problem of perceptual defense. *Psychological Review, 60,* 298–306.

Postmes, T., ve Spears, R. (1998). Deindividuation and antinormative behavior: A meta–analysis. *Psychological Bulletin, 123,* 238–259.

Pratkanis, A. R., ve Aronson, E. (1992). *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion.* New York: W. H. Freeman.

Pratkanis, A. R., ve Greenwald, A. G. (1989). A sociocognitive model of attitude structure and function. *Advances in Experimental Social Psychology, 22,* 245–285.

Pruitt, D. G. (1967). Reward structure and cooperation: the decomposed prisoner's dilemma game. *Journal of Personality and Social Psychology, 7,* 21–27.

Rabow, J., Fowler, F. J. Jr., Bradford, D. L., Hofeller, M. A., ve Shibuya–Y.

(1966). The role of social norms and leadership in risk taking. *Sociometry, 29,* 16–27.

Rapoport, A. (1988a). Experiments with N–person social traps: I. Prisoner's dilemma, weak prisoner's dilemma, volunteer's dilemma, and largest number. *Journal of Conflict Resolution, 32,* 457–472.

Rapoport, A. (1988b). Experiments with N–person social traps: II. Tragedy of the commons. *Journal of Conflict Resolution, 32,* 473–488.

Rim, Y. (1963) Risk–taking and need for achievement. *Acta Psychologica, 21,* 108–115.

Robertson, J. F., ve Simons, R. L. (1989). Family factors, self-esteem, and adolescent depression. *Journal of Marriage and the Family*, 125-138.

Roese,N. J., Hur, T., ve Pennington, G. L. (1999). Counterfactual thinking and regulatory focus: Implications for action versus inaction and sufficiency versus necessity. *Journal of Personality and Social Psychology, 77,* 1109–1120.

Rohner, R. P., ve Pettengill, S. M. (1985). Perceived parental acceptance-rejection and parental control among Korean adolescents. *Child Development*, *56*(2), 524-528.

Rohrer, J. H., Baron, S. H., Hoffman, E. L. ve Schwander, D. V. (1954). The stability of autokinetic judgments. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 19,* 1068–1084.

Rosander, M., ve Eriksson, O. (2012). Conformity on the Internet – The role of task difficulty and gender differences. *Computers in Human Behavior 28*, 1587–1595.

Rosen, B. C. (1962). Socialization and achievement motivation in Brazil. *American Sociological Review, 27,* 612–624.

Rosenberg, M. J., ve Abelson, R. P. (1960) An analysis of cognitive balancing. M. J. Rosenberg ve arkadaşları (Eds.) *Attitude Organization and Change* (kitabında) (s. 112–163). New Haven: Yale University Press.

Rosenkoetter, L. I. (1999). The television situation comedy and children's prosocial behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 29*, 979-993.

Rosner, S. (1957). Consistency in response to group pressures. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 55,* 145–146.

Ross, E. A. (1908). *Social psychology.* New York: Macmillan.

Ross, L. (1977). The Intuitive Psychologist and His Shortcomings: Distortions in the Attribution Process. L. Berkowitz (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology (*kitabında) (Cilt. 10, s. 174–221). New York: Academic Press.

Ross, L., Amabile, T. M., ve Steinmetz, J. L. (1977). Social Roles, Social Control, and Biases in Social Perception Processes. *Journal of Personality*

and Social Psychology, 35, 484–495.

Ross, L., Greene, D., ve House, P. (1977). The "False Consensus Effect": An Egocentric Bias in Social Perception and Attribution Processes. *Journal of Experimental Social Psychology, 13,* 279–301.

Rubin, A.M. (2002). The uses and gratifications perspective of media effects. Bryant, J. and Zillmann, D. (Eds), *Media Effects: Advances in Theory and Research* kitabında (2. Baskı, s. 525-548). Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.

Rucker, D. D., Petty, R. E., ve Briñol, P. (2008). What's in a frame anyway?: A meta- cognitive analysis of the impact of one versus two sided message framing on attitude certainty. *Journal of Consumer Psychology, 18,* 137–149.

Rutland, A. (1999) The development of national prejudice, ingroup favouritsm and self–stereotypes in British children. *British Journal of Social Psychology, 38,* 55–70.

Salmela-Aro, K., ve Nurmi, J. E. (2007). Self-esteem during university studies predicts career characteristics 10 years later. *Journal of Vocational Behavior, 70*(3), 463-477.

Sarbin, T. R., ve Rosenberg, B. G. (1955). Contributions to role-taking theory: IV. A method for the qualitative analysis of the self. *Journal of Social Psychology, 42,* 71-81.

Sato, K. (1987). Distribution of the cost of maintaining common resources. *Journal of Experimental Psychology, 23,* 19–31.

Scaufeli, W. B. (1988). Perceiving the causes of unemployment: An evaluation of the causal dimensions scale in a real–life situation. *Journal of Personality and Social Psychology, 54,* 347–356.

Schachter, S. (1951). Deviation, rejection and communication. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 46,* 190–208.

Schein, E. H., Schneir, I. ve Barker, C. H. (1961). *Coercive persuasion.* New York: Norton.

Schmitt, D. P., ve Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: exploring the universal and culture-specific features of global self-esteem. *Journal of personality and social psychology, 89*(4), 623.

Schuman, H., ve Scott, J. (1989). Generations and collective memories. *American Sociological Review, 54,* 359–381.

Schutz, W. C. (1958). *FIRO: A three–dimensional theory of interpersonal behavior.* New York: Holt, Rinehart ve Winston.

Scott, W. A. (1957). Attitude change through reward of verbal behavior, *Journal of Abnormal and Social Psychology, 55,* 72–75.

Sears, D. D. (1967). Social anxiety opinion structure and opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology, 7,* 142–151.

Sears, D. O. (1983). Person positivity bias. *Journal of Personality and Social Psychology, 44,* 233–250.

Sears, D. O., ve Whitney, R. E. (1973). Political persuasion. I. deS. Pool, W. Schramm, F. W. Frey , N. Maccoby ve E. B. Parker (Ed.), *Handbook of communication* (kitabında) (s. 253–289). Chicago: Rand McNally.

Sedikides, C., ve Jackson, J. (1990). Social Impact Theory: A Field Test of Source Strength, Source Immediacy and Number of Targets. *Basic ve Applied Social Psychology, 11,* 273-281.

Segall, M. H., Campbell, D. T., ve Herskovits, M. J. (1966). *The influence of culture on visual perception.* Oxford, England: Bobbs-Merrill.

Seiter, J. S. (2007). Ingratiation and gratuity: The effect of complimenting customers on tipping behavior in restaurants. *The Journal of Applied Social Psychology, 37,* 478-485.

Seligman, M. E. P. (1991). *Learned optimism.* New York: Alfred A. Knopf.

Seymour, P., Aro, M., ve Erskine, J. (2003). Foundation literacy acquisition in European orthographies. *British Journal Of Psychology, 94(2),* 143-174.

Sherif, M. (1935). A study of some social factors in perception. *Archives of Psychology, 187.*

Sherif, M. (1936). *The Psychology of social norms.* New York: Harper.

Sherif, M. (1961b). *Intergroup conflict and cooperation: The Robbers Cave Experiment.* Norman, Oklahoma: University of Oklahoma Institute of Group Relations.

Sherif, M. (1966). *In common predicament: Social psychology of intergroup conflict and cooperation.* Boston: Houghton Mifflin.

Sherif, M., ve Hovland, C. I. (1961). *Social judgment: Assimilation and constrast effects in communication and attitude change.* New Haven, Conn: Yale University Press.

Sherman, J. W., ve Klein, S. B. (1994). Development and representation of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology, 67,* 972–983.

Shirakashi, S. (1984–5). Social loafing of Japanese students. *Hiroshima Forum for Psychology, 10,* 35–40.

Shweder, R. A., ve Bourne, E. J. (1984). Does the concept of the person vary cross-culturally? R. A. Shweder ve R. A. LeVine (Ed.), *Culture theory: Essays on mind, self, and emotion* (kitabında) (s. 158–199). Cambridge, England: Cambridge University Press.

Shweder, R. A., ve LeVine, R. A. (1984). *Culture theory: Essays on mind, self*

and emotion. New York: Cambridge.

Sinha, J. B. P. (1981). *The nurturant task manager: A model of the effective executive,* Atlantic Highlands, NJ: Humanities Press.

Sistrunk, F., ve Mc David, J. W. (1971) Sex variable in conforming behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 17,* 200–207.

Smith, M. B. (1968). Attitude change. *International encyclopedia of the Social Sciences* (s. 458–467). Crowell Collier and Mac Millan.

Smith, M. B., Bruner, J. S., ve White, R. (1956). *Opinions and personality.* New York: Wiley.

Smith, P. B., ve Bond, M. H. (1993). *Social psychology across cultures.* Massachussets: Simon ve Schuster, Inc.

Smith, P. B., Bond, M., ve Kağitçibaşi, Ç. (2006). *Understanding social psychology across cultures: Living and working in a changing world.* Thousand Oaks, CA US: Sage Publications, Inc.

Smith, P. B., ve Peterson, M. F. (1988). *Leadership in context: A cultural analysis of organizational behavior.* London: Sage.

Smith, P. B., ve Tayeb, M. (1988). Organizational structure and processes. Bond, M. H. (Ed), *The cross–cultural challenge to social psychology. Cross–cultural research and methodology series,* (kitabında) (Cilt. 11, s. 153–164). Newbury Park, CA, USA: Sage Publications, Inc..

Snarey, J. (1987). The relationship of social–moral development with cognitive and ego development: A cross–cultural study. *Behavior Science Research, 20,* 132–146.

Snyder, M., ve DeBono, K. G. (1985). Appeals to Image and Claims About Quality: understanding the Psychology of Advertising. *Journal of Personality and Social Psychology, 49,* 586–597.

Spencer, J. (1990). Collective violence and everyday practice in Sri Lanka. *Journal of Asian Studies, 24,* 603–623.

Srole, L. (1951). *Social dysfunction, personality and social distance attitudes.* (Amerikan Sosyoloji Derneğine Sunulmuş Tebliğ).

Srole, L. (1956). Social integration and certain corrollaries: An exploratory study. *American Sociological Review, 21,* 709–716.

Staats, A. W., ve Staats, C. K. (1958). Attitudes established by classical conditioning. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 57,* 37–40.

Staats. A. W. (1967). An outline of an integrated learning theory of attitude formation and function. M. Fishbein (Ed.), *Readings in attitude theory and measurement* kitabında (s.373–376).

Stasser, G., ve Stewart, D. (1992). Discovery of hidden profiles by decision–making groups: Solving a problem versus making a judgment. Journal of Personality and Social Psychology, 63, 426–434.

Stipek, D., Weiner, B., ve Li, K. (1989). Testing some attribution–emotion relations in the People's Republic of China. *Journal of Personality and Social Psychology, 56,* 109–116.

Stoner, J. A. F. (1968). Risky and cautious shifts in group decisions: the influence of widely held values. *Journal of Experimental Social Psychology, 4,* 442–459.

Stoner, J. A. F. (1961). *A comparison of individual and group decisions involving risk.* Basılmamış uzmanlık tezi. M.I.T., Cambridge, MA.

Storms, M. D. (1973). Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view. *Journal of Personality and Social Psychology, 27,* 165–175.

Stouffer, S. A., Lumsdaine, A. A., Lumsdaine, M. H., Williams, R. M., Smith, M. B., Janis, I. L., Star, S. A., ve Cottrell, L. S. (1949). *The American soldier.* Princeton, N. J.; Princeton University Press.

Stricker, L. J., Messick, S., ve Jackson, D. N. (1970). Conformity, anticonformity, and independence: Their dimensionality and generality. *Journal of Personality and Social Psychology, 16,* 494–507.

Stürmer, S., Synder, M., Kropp, A., ve Siem, B. (2006). Empathy-motivated helping: The moderating role of group membership. *Personality and Social Psychology Bulletin, 32,*943-956.

Sugar, J. (1967). *An analysis of the relationship of attitudes and behavior.* (Araştırma Raporu). Illinois Üniversitesi.

Sumner, W. G. (1906). *Folkways: A study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores and morals.* New York: Dover Puplications.

Swann, W. B., Jr., ve Buhrmester, M. D. (2012). Self-verification: The search for coherence. M. R. Leary ve J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity kitabında* (2.Baskı., s. 405-424). New York: Guilford.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories.* Cambridge: Cambridge University Press.

Tajfel, H. E. (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press.

Tajfel, H. (1981). Social stereotypes and social groups. *Intergroup behaviour,* 144-167.

Tajfel, H. (1982a). *Social identity and intergroup relations.* Cambridge, England: Cambridge University Press.

Takano, Y., ve Osaka, E. (1999). An unsupported common view: Comparing Japan and the U.S. on individualism/collectivism. *Asian Journal of Social Psychology, 2,* 311–341.

Taras, H. L., Sallis, J. F., Patterson, T. L., Nadar, P. R., ve Nelson, J. A.

(1989).Television's influence on children's diet and physical activity. *Journal of Developmental and Behavioral Pediatrics, 10,* 176–180.

Taylor, D. W., Berry, P. C., ve Block, C. H. (1957). *Does group participation when using brainstorming facilitate or inhibit creative thinking?* Technical Report No. 1, Yale University, Department of Psychology, Office of Naval Research.

Taylor, J., ve Riess, M. (1989). "Self–serving" attributions to valenced causal factors: A field experiment. *Personality and Social Psychology Bulletin, 15,* 337–348.

Taylor, S. E., ve Brown, J. D. (1988). Illusion and well–being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin, 103,* 193–210.

Teger, A. I., ve Pruitt, D. G. (1967). Components of group risk–taking: *Journal of Experimental Social Psychology, 3,* 189–205.

Teigen, K. H. (1986). Old truths or fresh insights? A study of students'evaluations of proverbs. *British Journal of Social Psychology, 25,* 43–50.

Tesser, A., ve Shaffer, D. R. (1990). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Social Psychology, 41,* 479–523.

Tezcan, M. (1974). *Türklerle ilgili stereotipler (kalıp yargılar) ve Türk değerleri üzerine bir deneme* (Vol. 44). Ankara Üniversitesi Basımevi.

Thibaut, J. W., ve Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups.* New York: Wiley.

Thrasher, F. M. (1927). *The gang.* Chicago: University of Chicago Press.

Tjosvold, D., ve Johnson, D. W. (1982). *Productive conflict.* New Tork: Irvin.

Tormala, Z. L., Clarkson, J. J., ve Petty, R. E. (2006). Resisting persuasion by the skin of one's teeth: The hidden success of resisted persuasive messages. *Journal of Personality and Social Psychology, 91,* 423-435.

Tönnies, F. (1887). *Community and society.* Oxford, England: Michigan State University Press.

Travis, L. E. (1925). The effect of a small audience upon eye–hand cordination. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 20,* 142–146.

Triandis, H. C., McCusker, C., ve Hui, C. H. (1990). Multimethod of probes of individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology, 59,* 1006–1020.

Triplett, N. (1898). The dynamogenic factors in pacemaking and competition. *American Journal of Psychology, 9,* 507–533.

Trommsdorff, G. (1985). Some comparative aspects of socialization in Japan and Germany. In I. R. Lagunes ve Y. H. Poortinga (Eds.), *From a different perspective: Studies of behavior across cultures.* Berwyn, IL: Swets North American.

Tsai, J. L., Chentsova-Dutton, Y., Freire-Bebeau, L., ve Przymus, D. E. (2002). Emotional expression and physiology in European Americans and Hmong Americans. *Emotion, 2(4)*, 380-397.

Turner, J. C. (1975). Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behaviour. *European journal of social psychology, 5*(1), 1-34.

Turner, J. C. (1985). Social categorization and the self–concept: A social cognitive theory of group behavior. E. J. Lawler (Ed.), *Advances in group processes* (kitabında) (Cilt. 2, s. 77–122). Greenwich, CT: JAI Press.

Turner, J. C, Hogg, M., Oakes, P., Reicher, S., ve Wetherell, M. (1987).*Rediscovering the social group: A self-categorization theory.* Oxford, England: Basil Black well.

Tversky, A. ve Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology, 5,* 207–232.

Tversky, A. ve Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science, 185,* 1124–1131.

Tyler, T. R., ve Schuller, R. A. (1991). Aging and attitude change. *Journal of Personality and Social psychology, 61,* 689–697.

Üskül, A. K. (1998). *How to insult effectively across cultures? Insults as mirrors of the self.* Yayımlanmamış uzmanlık tezi, Vrije Universiteit, Sosyal Psikoloji Bölümü, Amsterdam, Hollanda.

Üskül, A. K., ve Oyserman, D. 2010. When message-frame fits salient cultural-frame, messages feel more persuasive. *Psychology ve Health, 25, 321–*337.

van de Kragt, A. J. C., Dawes, R. M., Orbell, J. M., Braver, S. R. ve Wilson, L. A. (1986). Doing well and doing good as ways of resolving social dilemmas. H. M. Wilke, D. M. Messick ve C. G. Rutte (Ed.). *Experimental social dilemmas (kitabında)* (s. 177–204). Frankfurt: Verlag Peter Lang.

Visalberghi, E., Valente, M., ve Fragaszy, D. (1998). Social context and comsumption of unfamiliar foods by Capuchin monkeys over repeated encounters. *American Journal of Primatology, 45(4),* 367–380.

Visser, P. S., ve Krosnick, J. A. (1998). Development of attitude strength over the life cycle: surge and decline. *Journal of Personality and Social Psychology, 75*, (6), 1389-1410.

Wallach, M. A., Kogan, N., ve Bem, D. J. (1962). Group influence on individual risk taking. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 65,* 75–86.

Wallach, M. A., Kogan, N., ve Bem, D. J. (1964). Diffusion of responsibility and level of risk taking in groups. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 68,* 263–274.

Wallach, M. A., Kogan, N., ve Burt, R. B. (1965). Can group members recognize the effects of group discussion upon risk taking? . *Journal of Experimental Social Psychology, 1,* 379–395.

Walster, E., ve Festinger, L. (1962). The effectiveness of "overheard" persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 65,* 395–402.

Walster, E., Aronson, E., ve Abrahams D. (1966). On Increasing the persuasiveness of a low prestige communicator. *Journal of Experimental Social Psychology, 2,* 325–342.

Warner, W. L., Meeker, M., ve Eels, K. (1949). Social class in America. Chicago: Science Research.

Warr, P. (1974). Inference magnitude, range and evaluative direction as factors affecting relative importance of cues in impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology, 30,* 192–197.

Watson, J. B., ve Rayner, R. (1920). Conditioned emotional reactions. *Journal of Experimental Psychology, 3,* 1–14.

Watson, R. I., Jr. (1973). Investigation into deindividuation using a cross–cultural survey technique. *Journal of Personality and Social Psychology, 25,* 342–345.

Weary, G. (1979). Self–serving attributional biases: Perceptual or response distortions? *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 1418–1420.

Weber, D. E. (1984) An eye to the east: Training in Japan. *Training and Development Journal, 38,* 32–33.

Weiner, B. (1986). *An attribution theory of motivation and emotion.* New York: Springer Verlag.

Werner, C. M., Stoll, R., Birch, P., ve White, P. H. (2002). Clinical validation and cognitive elaboration: signs that encourage sustained recycling. *Basic and Applied Social Psychology, 24,* 185-203.

Wheeler, L., Reis, H. T., ve Bond, M. H. (1989). Collectivism–individualism in everyday social life: The Middle Kingdom and the melting pot. *Journal of Personality and Social Psychology, 57,* 79–86.

Whiting, J. W. M., ve Child, I. L. (1953). *Child training and personality: a cross-cultural study.* New Haven, CT, US: Yale University Press.

Whyte, W. F. (1943). *Street corner society; the social structure of an Italian slum.* Chicago: University of Chicago Press.

Wiegman, O., Kuttschreuter, M. ve Baarda, B. (1986). *Television viewing related to aggressive and prosocial behaviour.* Enschede, Netherlands: University of Twente.

Williams, K. D., Harkins, S., ve Latane, B. (1981). Identifiability as a deterrent

to social loafing: Two cheering experiments. *Journal of Personality and Social Psychology, 40,* 303–311.

Wrightsman, L. S. (1972). *Social psychology in the seventies.* Monterey, California: Brooks/Cole.

Yoshida, T., Kojo, K., ve Kaku, H. (1982). A study on the development of self-presentation in children. *Japanese Journal of Educational Psychology, 30,* 30-37.

Yu. A–B., ve Yang, K–S. (1994). The nature of achievement motivation in collectivistic societies. U. Kim, H. C. Triandis, C. Kağıtçıbaşı, S–C. Choi ve G. Yoon (Ed.), *Individualism and collectivism: Theory, method and applications* (kitabında) (s. 239–250). Thousand Oaks, CA: Sage.

Yukl, G. (1989). *Leadership in organizations.* (2. baskı). Englewood Clifs, NJ: Prentice Hall.

Zaidi, S. M. H. (1964). National stereotypes of university students in Karachi. *Journal of Social Psychology, 63,* 73–85.

Zaidi, S. M. H., ve Ahmad, M. (1958). National stereotypes of university students in East Pakistan. *Journal of Social Psychology, 47,* 387–395.

Zajonc, R. B. (1965). Social facilitation. *Science, 149,* 269–274.

Zajonc, R. B. Heingartner, A., ve Herman, E. M. (1969). Social enhancement and impairment of performance in the cockroach. *Journal of Personality and Social Psychology, 13,* 83–92.

Zajonc, R. B., ve Sales, S. M. (1966). Social facilitation of dominant and subordinate responses. *Journal of Experimental Social Psychology, 2,* 160–168.

Zajonc, R. B., Wolosin, R. J., ve Wolosin, M. A. (1972). Group risk taking under various group decision schemes. *Journal of Experimental Social Psychology, 8,* 16–30.

Zanna, M. P., ve Rempel, J. K. (1988). Attitudes: A new look at an old concept. D. Bar–Tel ve A. W. Kruglanski (Ed.), *The social psychology of knowledge* (s. 315–334). New York: Cambridge University Press.

Zimbardo, P. G. (1970). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. W. J. Arnold ve D. Levine (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation 1969* (kitabında) (Cilt. 17, s. 237–307). Lincoln: University of Nebraska Press.

SÖZLÜK

Ahlaki bağımsızlık: Piaget'nin ahlaki gelişme modelinde, çocuğun bir hareketin ahlaki boyutunun, altında yatan güdüyle ve diğer öznel varsayımlarla değerlendirilebileceğini kavradığı evre için kullandığı bir terim.

Ahlaki ikilem: Kişinin, hepsi de belli bir ahlak normunu ihlal eden iki veya daha fazla seçenekten birisini tercih etmek zorunda kalması.

Aidiyet ihtiyacı: İnsanların sosyal varlıklar olmalarından dolayı bir gruba ait hissetme, sevme ve sevilmeye duydukları ihtiyaçtır.

Aktör–gözlemci yanılgısı: Bir davranışta bulunan kişinin (aktör) kendi davranışlarını dış etkenlere bağlı olarak açıklama ve aktörün davranışını gözlemleyen kişinin (gözlemci) aynı davranışları aktörlerin sabit kişisel özelliklerine bağlı olarak açıklama eğilimidir.

Alan deneyi: Sosyal bilimlerde deney yönteminin olayların meydan geldiği ortama (okul, ev, fabrika vb.) uygulanmasıdır.

Ampirik: Algılanabilen, deneyime dayalı.

Anomi: Toplumda ya da bireyde ölçü ve değerlerin çökmesi ya da amaç ve ülkü yoksunluğu sonucunda oluşan dengesizlik durumu; kuralsızlık; bir toplumda çöküntü, karışıklık ya da çatışma olması durumu.

Ara değişken: Kendisi fiziksel olarak gözlemlenemeyen ancak somut olarak gözlemlenebilen diğer değişkenler arasındaki ilişkileri açıklamak için kullanılan varsayımsal bir iç durumdur.

Araştırma tekniği: Araştırma yönteminin gerçekleştirilebilmesi için kullanılan bilgi toplama aracıdır.

Araştırma yöntemi: Araştırmanın, amacını gerçekleştirebilmek için kullandığı genel yaklaşımdır.

Asgari grup paradigması: Tajfel'in çalışmalarında kullandığı ve katılımcıların hiçbir mantıklı ölçüte dayanmaksızın (örneğin, yazı tura ile) gruplara ayrılması sonucu iç ve dış grup yaratma yöntemidir.

Aşılama etkisi: Tutum araştırmalarında, kişinin karşıt bir görüşün zayıf argümanlarına maruz bırakılmasının, daha sonra bu görüşe karşı direncini artıracağı savı.

Ataerkil toplum: Erkek otoritesine dayanan bir tür toplumsal örgütlenme düzenidir.

Atıf (yükleme): Kişinin, kendi davranışları da dâhil olmak üzere, olayların nedenselliği konusundaki zihinsel çıkarsamaları, olayların nedenlerine ilişkin kişisel açıklamalarıdır.

Atıf Kuramı: Kişilik psikolojisinde ve sosyal psikolojide, insanların kendilerinin ve başkalarının davranışlarını açıklamaya, bu davranışlara nedensellik yüklemeye çalıştıklarını vurgulayan kuram.

Ayla (hale) etkisi: Bir kişi hakkında edinilen olumlu ya da olumsuz izlenimlerin o kişi ile ilgili gelecek beklentilerini ve çıkarımları etkilemesidir.

Ayna benlik: C. H. Cooley'in, kişinin kendi benliğini başkalarının ona ilişkin düşünceleri, değerlendirmeleri, ona yönelik tepkileri temelinde algılaması süreci için kullandığı bir terimdir.

Ayrık benlik: Kişinin kendi benliği ile diğer insanların benlikleri arasındaki ayrımın kesin olduğu benlik yapısıdır.

Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli: Bir mesajı dikkatle değerlendirme ve inceleme güdüsü ve yetisi olan insanların, mesajın içeriğini dikkate alarak tutumlarını değiştirdiğini, buna karşılık bu yetisi veya güdüsü daha az olanların ise yüzeysel yollara sapıp çeşitli ikna ipuçlarına dayanarak tutumlarını değiştirdiğini savunan bir tutum değiştirme teorisi.

Bağımlı değişken: Bağımsız değişkendeki değişiklikten etkilenen değişkendir.

Bağımlı ters tepki: Dıştan gelen sosyal etkinin birey tarafından doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmesi ile ilgili olmaksızın, sadece etkiye karşı direnmek için gerçekleştirilen sosyal etkiye uymama davranışıdır.

Bağımsız değişken: Etkisi araştırılan ve araştırmacı tarafından bilinçli bir şekilde değiştirilen değişken ya da koşuldur.

Bağımsız uymama: Dıştan gelen sosyal etkinin bir bilgi olarak ele alınması ve bu bilginin doğruluğuna inanılmadığı için sosyal etkiye uymama davranışıdır.

Benimseme: Bireyin bir kural ya da norma sadece doğru olduğuna inandığı için uyma davranışında bulunmasıdır.

Benliği değerlendirme motivasyonu: İnsanların kendileri hakkında doğru ve objektif bilgiye ulaşma istekleridir.

Benliği doğrulama motivasyonu: İnsanların kendileri hakkında sahip oldukları olumlu ya da olumsuz bilgileri objektif verilerle doğrulatma ve bu sayede istikrarlı bir benlik kavramına sahip olma istekleridir.

Benliği engelleme: İnsanların başarısızlık beklentisi karşısında kendi performanslarını sabote ederek beklenen başarısızlık için geçerli bahaneler üretmesidir.

Benliği kayırma yanılgısı: Kişinin bir yandan başarıyı kendisine mal ederken, diğer yandan başarısızlık için suçu dışsal etmenlere yüklemesidir.

Benliği olumlama: İnsanların, benlik kavramları açısından bilişsel uyumsuzluk yaratan tehdidin etkisini, tehditle ilgisiz başka bir konudaki becerileri üzerinde odaklaşarak ve bu beceriyi olumlayarak azaltmaya çalışmasıdır.

Benliği sunma: Başkalarının kendisi hakkındaki izlenimlerini şekillendirmek amacıyla kişinin kendini toplumsal veya kültürel açıdan kabul edilen eylem ve davranış normlarına uygun yollardan ve arzu edilen imajı bırakacak şekilde sunmasıdır.

Benliği yüceltme motivasyonu: İnsanların kendilerini olumlu olarak görmesini sağlama ya da kendilerini olumsuz bilgiden koruma güdüsüdür.

Benlik: Kişinin kendini başka herkesten ve her şeyden ayrı, eşsiz bir bütünlük olarak hissetmesi, bunun bilincinde olması ve bu şekilde bilincinde olunan tümel varlık biçiminde tanımlanabilecek olan benlik kavramı; kişinin, kendine ilişkin algılarını,

düşüncelerini, duygularını bütünleştiren yapı, sosyal etkileşimle şekillenen kendine ilişkin imgesi.

Benlik bilinci: Alışkanlık haline gelmiş benlik farkındalığında bulunma eğilimidir.

Benlik farkındalığı: Geçici olarak kişinin dikkatini kendisine odaklaması durumudur.

Benlik kaybı: Grup içinde olmanın yarattığı uyarılmışlık ve yayılmış sorumluluk bir araya geldiği ve normal engellemeler kalktığı zaman bireylerin kendi benliklerini yitirmesidir.

Benlik kontrolü (öz denetim, öz düzenleme): İnsanların kendi davranış ve ifadelerini etkin bir şekilde kontrol etme ve yönlendirebilme, kendi dürtülerini dizginleyebilme yetisidir.

Benlik saygısı: Kişinin kendisini genel olarak ne kadar olumlu bir şekilde değerlendirdiğinin ölçütüdür.

Benlik şeması: İnsanların sosyal kimlik ve kişisel özellik algılarını ve deneyimlerini temel alan, kişinin kendisi hakkındaki biliş, düşünce ve inançlarının bütünüdür.

Ben-merkezli düşünce: İnsanların olaylarda kendilerini başkalarından daha merkezde görme eğilimidir.

Betimsel istatistik: Araştırmaya katılan deneklerin davranışları veya özelliklerini özetler ve tanımlayan istatistiktir.

Betimsel norm: Belirli bir durumda çoğu insanın ne yaptığını bize anlatan, açıklayan yani kişiye bilgi sağlayan normlardır.

Bilgisel sosyal etki: Gerçek ile ilgili kanıtları kabul etmekten kaynaklanan, bilgi veren sosyal etkidir.

Biliş: Organizmanın, çevresindeki dünya hakkında bilgi edinme ve bu bilgileri dünyayı anlama, problem çözme doğrultusunda kullanma sürecidir.

Bilişsel Çelişki Kuramı: İnsanların bilişsel planda çelişki yaratan biliş, duygu ve davranışlardan kaçındıklarını; biliş öğeleri arasında bir tutarlılık oluşturmaya ve var olan tutarlılığı korumaya çalıştıklarını öngören kuram.

Bireyci kültür: Bireylerin iç gruplarından duygusal olarak kopuk olduğu; ayrıklık ve özerklik gereksinimi büyük olduğu; bireylerin kişisel amaçlarının, grup amaçlarından önce geldiği ve davranışların yarar–zarar analizi çerçevesinde incelendiği; başkalarıyla çatışmanın olağan olduğu kültürdür.

Bireyselliğin yitirilmesi (kimliksizleşme): Bireylerin, grup içinde benlik farkındalıklarını ve bireysel kimliklerini kaybederek yalnızken bulunmayacakları davranışlarda bulunmasına yol açan olgudur.

Birlikte Değişim Modeli: Aynı bilimciler gibi, bir değişkenin başka bir değişkenle farklı ortamlarda birlikte değişim gösterdiğini gözleyen insanların, bir nedensellik yargısına varabilmesidir.

Boylamsal araştırma: Aynı deneklerin farklı zamanlarda test edilmesine dayanan araştırma yöntemidir.

Çevresel ikna yolu: İnsanların, mesajın içeriğinden çok, mesajın içeriğiyle veya niteliğiyle ilişkisi bulunmayan konuşmacının çekiciliği ya da karizması gibi ipuçlarından etkilenerek ikna olması.

Çıkarımsal istatistik: Katılan denek grubunun ötesine giderek, örneklemenin yapıldığı tüm grup hakkında çıkarımlar yapmaya yarayan istatistiktir.

Davranışçılık: Psikolojide, araştırmaya değer ve araştırılması gereken tek şeyin davranışın (yani uyarıcıya bir tepki olarak gözlenebilen, ölçülebilen davranışın) nesnel kanıtı olduğunu savunan; insan aklını, bilinç deneyimini, duyguları, niyetleri, kısaca her türlü bilişsel, ruhsal ya da zihinsel süreci bilimin dışında tutulması gereken bir tür "kara kutu" olarak değerlendiren belirlemeci yaklaşımların ortak adıdır. Bu yaklaşımın öncülüğünü J. B. Watson ile Pavlov yapmıştır.

Dayanak ve adaptasyon kestirme yöntemi: Bir sayı ya da değerin başlangıç noktası olarak kullanılıp daha sonra duruma uyarlanmasıdır.

Değişken: Gözlenebilen ve farklı değerler alabilen özelliklerdir.

Deneysel gerçeklik: Deneklerin deneyde olanların gerçekliğine ne kadar inandıkları ve kendilerini ne ölçüde deneyin içinde hissettikleridir.

Dış geçerlik: Elde edilen sonuçları başka kişi, yer ve zamanlara genelleyebilme derecemizdir.

Dış grup: Kişinin ait olmadığı, kendi grubundan farklı gördüğü, üyelerine karşı rekabetçilik, düşmanlık gibi negatif duygular besleyebildiği gruptur.

Durumsal/Dışsal atıf: Bir davranışın nedeninin, söz konusu olan kişinin dışında gerçekleşen herhangi bir durum ya da davranışla açıklanmasıdır.

Durumsal norm: Belirli durum ve çevrede davranışlarımızı yönlendiren normlardır.

Durumsal pekiştirici etkenler: Bir davranışın, örneğin saldırganlığın, görülme olasılığını arttıran ve kişinin dışında var olan duruma bağlı etkenlerdir.

Duygusal Anlam Ölçeği: Olaylar ve kavramların çağrışımsal anlamını ölçmek için tasarlanmış bir derecelendirme ölçeği türüdür. Çağrışımları verilen nesne, olay ya da kavramlara karşı tutumları ölçmek için kullanılır.

Düşünme ihtiyacı: Çaba gerektiren bilişsel etkinliklerle uğraşma eğilimiyle tanımlanan bir kişilik değişkeni.

Eleştirisiz grup tartışması: Grubun her bir üyesinin, bir problemin çözümü hakkında aklına gelen her fikri eleştiri korkusu olmadan ortaya koyabildiği tartışmadır.

Empati: Başkalarının düşünce ve duygularının ve bunların muhtemel anlamlarının objektif bir şekilde farkında olma; karşısındakinin duygu ve düşüncelerini temsili olarak yaşama; kendini başkasının yerine koyma becerisidir.

Eşik altı mesaj: Açıkça, bilinç düzeyinde görülmeyecek, işitilmeyecek, ancak izleyenlerin davranışlarını istenen yönde etkileyecek şekilde hazırlandığı söylenen mesajlar.

Eşsizlik yanılgısı: Kendini ortalama insandan daha iyi görmek yanılgısıdır.

Etkileyici iletişim: Bir kaynaktan, bir hedefe yöneltilen ve tutum ve davranışı değiştirme amacını taşıyan tek yönlü haberleşmedir.

Geçmişi zihinde tersine çevirmek/Gerçek karşıtı akıl yürütme: İnsanların ucundan kaçırdıkları bir negatif olay yaşadıkları zaman gerçek karşıtı akıl yürütme yapması, yani geçmişteki bir olayı tersine çevirmesi ya da geçmişin bir kısmı farklı olmuş olsa neler olabileceğini düşünmesidir.

Geriye bakış yanılgısı: İnsanların bir olayın sonuçlarını ve/veya gerçeği öğrendikten sonra zaten böyle bir sonuç çıkmasını önceden de tahmin edebileceklerini hissetmeleridir.

Gizil Kişilik Kuramları: Bazı kişilik özelliklerinin birbirleriyle ilişkili olduğuyla ilgili bir varsayım ve inançlar sistemidir.

Gizil önyargı: Sessiz, gizlenmiş ve kendini kolayca belli etmeyen önyargıdır.

Göreli Yoksunluk: Bireyin, sahip oldukları ve sahip olabilecekleri ya da olması gerekenler arasındaki farka ilişkin algısı.

Görünür önyargı: Açık, saklamaya gerek duyulmayan, kontrolsüz ve dışa durumu kolay önyargıdır.

Görüş birliği yanılgısı: İnsanların diğer insanların fikirlerinin kendi fikirlerine benzer olduğu yönündeki çoğunlukla yanlış inançtır.

Grup: Doğal olarak bir alanda bulunan veya ortak bir çıkar, inanç, etkinlik, amaç temelinde bir araya gelen ve ortak bir kimliği paylaşan insanlar kümesidir.

Grup dinamiği: Grubun oluşmasından, dağılmasına kadar geçen süreçte grup üyeleri arasında gelişen her türlü ortak etkileşimdir. Grubun bir arada tutulması, grup içi çatışmaların önlenmesi veya anlaşmazlıkların giderilmesi, ortak hedefe ulaşılması, vb. yönündeki etkinliklerin tamamını kapsar.

Grup normu: Bir grup, sınıf, kültür veya top¬lumun çoğunluğu tarafından yaygın biçimde paylaşılan değerler, davranışlar veya ortak beklentilerdir.

Grup ruhu: Bir grubun bireylerin üzerinde bir varlığı ve niteliği olması olarak tanımlanır.

Grup süreci: Süregelen grup içi faaliyetlerdir. Bu faaliyetler, örneğin grubun amacına yönelik davranışlar ve bununla ilgili etkileşim örüntülerini kapsar.

Grup yapısı: Grup içindeki iş bölümü, statü farklılıkları, iletişim örüntüleriyle, kurallar ve rol ilişkileri gibi normatif beklentileri kapsayan grup düzenidir.

Gruptan dışlama: Bireyleri ya da toplulukları normalde toplumun diğer üyeleri tarafından kullanılabilir önemli hak ve özgürlüklerden (sağlık, sivil katılım, demokratik katılım, istihdam, barınma vb.) mahrum etmektir.

Güdülenme: Organizmayı belirli bir nesneye ya da duruma ulaşma yolunda eyleme sürükleyen itici güç; psikolojik ya da fiziksel etkinliği başlatan, sürdüren ve yönlendiren süreçtir.

Hepsi Aynı Etkisi: Bir gruba mensup kişilerin kendi gruplarının üyeleri arasındaki farklılaşmaların daha çok farkında olurken, dış grupların üyelerini birbirine benzer algılamalarıdır.

Hipotez: Araştırmak istediğimiz konuyu içine alan kuramdan çıkarılacak beklentilerdir.

İç geçerlik: Bir deneyin sonuçlarını manipüle ettiğimiz bağımsız değişkene güvenle bağlayabilme derecemizdir.

İç grubu kayırma ilkesi: İnsanların üyesi olduğu grupları birçok açıdan diğer gruplara oranla daha iyi görme ve herhangi bir şeyi paylaştırırken kendi grubuna payına düşenden daha fazla verme eğilimidir.

İç grup: Üyelerinin, grupla güçlü bir özdeşim kurduğu 'biz' duygusuyla hareket ettiği, grubunu diğer gruplardan üstün gördüğü ve grup dışındakileri dışlama eğilimi gösterdiği gruplardır.

İçgüdü: 1.Bir türün, gelişimsel ve/ya da çevresel koşullarda, belli uyarıcılar karşısında belli bir davranış yapısı sergilemeye yönelik tekbiçimli, kalıtsal, otomatik eğilimi. 2.Psikolojik çözümlemede bu terim açlık, susuzluk, saldırganlık, cinsellik, vb. gibi fiziksel ya da ruhsal dengeyi korumak için giderilmesi gereken temel biyolojik itkiler için kullanılmaktadır.

İçsel atıf: Bir davranışın nedeninin, söz konusu olan kişinin kişisel özellikleriyle açıklanmasıdır.

İçselleştirme: Çocuğun toplumsal rolleri, normları, değer yargılarını, özellikle de anne-babasınınkini kendininmiş gibi benimsemesi.

İlişkili benlik: Kişinin benliğinin sınırlarının belirgin çizgilerle başka benliklerden ayrılmadığı, aksine başka benliklerle örtüşme görüldüğü ve kişinin benlik tanımının bir kısmının başka benliklere bağlı olarak tanımlandığı benlik yapısıdır.

İş yeri zorbalığı: Özellikle hiyerarşik yapılanmış gruplarda ve kontrolün zayıf olduğu örgütlerde, gücü elinde bulunduran kişinin ya da grubun, diğerlerine psikolojik yollardan, uzun süreli sistematik baskı uygulamasıdır.

İtaat: Bireyin uymama davranışının doğurabileceği sonuçtan çekindiği için uyma davranışında bulunmasıdır.

İtaat ile uyma: Bireyin uymama davranışının doğurabileceği sonuçtan çekindiği için uyma davranışında bulunmasıdır.

İzlenim oluşturma: Başkalarının ilk göze çarpan en belirgin özelliklerine dayanır ve kişilerin neden belli bir şekilde davrandıklarının anlaşılmasına yardımcı olur.

Kalıp yargı: Belirli gruplar hakkında sahip olunan ve kestirme yoldan edinilen bilgilerin bir özetidir, kalıplaşmış tutumlardır.

Kandırma: Günlük yaşantıdaki ortama erişme ve deneklerin "normal" davranışlarını sağlamak gayesiyle deneklere deneyin asıl amacı hakkında yanlış bilgi verilmesidir.

Katarsis: Psikoanalitik kurama göre saldırganlığın davranışa yansıması durumunda kişinin deşarj olup saldırgan enerji düzeyinin azaldığı görüşüdür.

Kendine özgü davranabilme yetkisi: Bireyin kabul edilebilir bir şekilde grubun beklentilerinden sapabilme kapasitesidir.

Kendini kayırma eğilimi: Kişinin bir yandan başarıyı kendisine mal ederken, diğer yandan başarısızlık için suçu dışsal etmenlere yüklemesidir.

Kimlik belirsizliği: Grup içinde, bireylerin normal kısıtlandırmalardan uzaklaştığı, kendi kişiliklerini yitirdikleri ve grup normlarına daha duyarlı hale gelmeleri durumudur.

Kontrol yanılgısı: İnsanların olayları kontrol etme konusunda kendilerini olduklarından daha yetenekli görme eğilimidir.

Korelasyon: İki değişkenin birbiriyle ilişki derecesini belirten bir istatistiktir.

Kuralsal norm: Belirli bir durumda neyin yapılması gerektiğini, neyin onaylandığını veya onaylanmadığını vurgulayan normlardır.

Kuralsal/ normatif sosyal etki: Kurallara bağlı olup kişinin başkaları tarafından kabul edilme ya da beğenilme isteğine dayalı olan sosyal etkidir.

Kuram: Bir olguyu veya olgular arasındaki ilişkiyi sistematik bir biçimde açıklayan genel bilgi ve açıklama düzenidir.

Kültürlerarası Psikoloji: Psikolojinin; insan psikolojisi konusundaki bulguların, farklı kültürlerde ne ölçüde geçerli olduğunu, başka bir deyişle kültürün davranış üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışan dalı.

Madde analizi: Bir ölçek bir gruba uygulandıktan sonra maddelerinin tek tek analiz edilip en ayırıcı maddelerin seçilmesine yarayan bir istatistik yöntemidir.

Merkezi ikna yolu: İnsanların, iknaya yönelik bir iletişimi dikkatle dinleyip savlar üzerinde düşünmesi sonucu iletilen mesajdan etkilenmesi; bir iletiyi dikkatle dinleme yetisini olduğu kadar arzusunu da gerektirir.

Norm: 1. Bir grubun üyelerinin, belli bir durumda en çok sergileyeceği (en tipik) davranış. 2. Bireylerin çeşitli ortamlarda yapması ve yapmaması gerekenleri öngören öğrenilmiş, toplumsal bir kural; beklenen bir davranış ve inanç standardı.

Oedipus Kompleksi: Kız çocuklarının babaları, erkek çocuklarının anneleriyle baskıya alınmış cinsel ilişki kurma isteği ve kendi cinsinden olan büyüğü ile yarışması.

Olumlu pekiştirme (ödüllendirme): İşlemsel koşullamada, doğru tepkinin tekrarlanma sıklığını arttırmak için verilen her türlü ödüldür.

Olumluluk yanılgısı: İnsanlar hakkında olumsuzdan çok olumlu değerlendirmeler yapma eğilimidir.

Olumsuz tepki (ceza): Kötü davranışın ya da hatanın karşılığında davranışı azaltmak ya da tamamen ortadan kaldırmak adına verilen nahoş uyarıcıdır.

Olumsuzluk yanılgısı: Başkalarını olumlu görme eğiliminin, olumsuz bir kişilik özelliği görüldüğü zaman bunu olduğundan daha fazla önemsemeye ve kişi hakkında izlenim oluştururken bu olumsuz özelliğe daha çok ağırlık vermeye yol açmasıdır.

Otokinetik etki: Karanlık bir odada sabit bir ışık noktasının hareket ediyormuş gibi görünmesine yol açan algı yanılgısıdır.

Otomatik süreçler: Niyet, çaba ve farkındalık olmaksızın oluşan süreçlerdir ve o anda yer almakta olan diğer bilişsel süreçlere müdahale etmezler

Öncelik etkisi: Bir kişi hakkında izlenim oluştururken o kişi ile ilgili edindiğimiz ilk bilgilerin daha sonra edindiğimiz bilgilerden daha etkili olmasıdır.

Önyargı: Bir olay, insan, durum, vb. konusunda yeterli bilgiye sahip olmaksızın oluşturulan bir kanı ya da tutumdur.

Örneklem surveyi: Belirli özelliklere sahip bir nüfusun belirli sorulara nasıl cevap verdiğini geniş kapsamlı bir şekilde anlamaya yarayan yazılı ya da sözlü mülakat biçiminde uygulanabilen anketlerdir.

Örtük Çağrışım Testi: Bireylerin çeşitli konulardaki farkında oldukları ya da hiç farkında olmadıkları çağrışımları anlamak amacıyla hazırlanmış bir testtir.

Özdeşleşme: Bireyin, birisinin ya da bir grubun fikrine, ona benzeyebilmek için uyma davranışında bulunmasıdır.

Özerk-ilişkili benlik yapısı: İçinde hem bireyci (özerk), hem de toplulukçu (ilişkisel) özellikler taşıyan; dolayısıyla kişinin hem kendi kendine karar verebildiği, etkin olabildiği, hem de duygusal bağlılıkların kaybolmadığı benlik yapısıdır.

Öznel değerler: Kişinin, başkalarının onun davranışları hakkında ne düşüneceğiyle ilgili inançları ve kişinin bu beklentilere ne ölçüde uyma diyetinde olduğudur.

Plasebo: Hiçbir etkisi olmayan sahte ilaç.

Polyanna Prensibi: Ilımlı ve olumlu değerlendirmeler yapma eğilimidir.

Pozitif ayrımcılık: Toplumdaki eşitsizliği çözmek amacıyla dezavantajlı gruplara mensup bireylere verilen ekstra haklardır.

Propaganda: Başkalarının inançlarını ve davranışlarını etkilemeye, kamuoyu oluşturmaya yönelik olan; gerçeklerden, akıldan çok duygulara seslenen; olayları tek yanlı sunarak işin özünü gizleyen örgütlü ve sistemli her türlü çaba.

Psikofizik: Nicelik bakımından, fiziksel uyaranın ve etkilediği algı ve hislerin arasındaki ilişkiyi inceleyen bilimsel çalışmalardır.

Referans/özenme grubu (karşılaştırma grubu): Bireyin, standartlarını ve kanılarını kendi inançlarını, değer yargılarını, yaşam biçimini, davranışlarını, vb. değerlendirirken veya tanımlarken ölçü olarak aldığı bir sosyal gruptur.

Rol farklılaşması: Farklı grup üyelerinin farklı ve uzmanlaşmış görev ve sorumluluklarının olmasıdır.

Saf bilim: İnsanların neden belirli bir şekilde davrandıklarını anlamayı amaçlayan bilim türüdür.

Saldırganlık: Birine ya da bir şeye zarar veya acı vermek amacıyla yapılan davranıştır.

Sembolik Etkileşim: Bu kuramsal görüşe göre, sosyalleşme süreci içinde çocuk devamlı olarak başkalarıyla ilişki içindedir. Bu ilişkinin temelinde dil, yani semboller vardır. Kelimelere atfedilen ortak anlamlardan, ortak düşünce ve davranış türlerine doğru bir gelişme oluşur. Kişi hem etrafındaki kimseler, eşyalar ve olaylar hakkında, hem de kendi benliği hakkında, kendine yakın kişilerle ortak görüşler geliştirir. Bunun sonucu da, benzer davranışların ve sosyal düzenin oluşmasıdır.

Sert satış tekniği: Ürünün kalitesi, değeri, işe yararlığı ile ilgilenilen satış tekniğidir.

Siber zorbalık: Bilişim teknolojisini kullanarak diğer insanlara kasti, devamlı ve düşmanca bir şekilde zarar verme ya da onları rahatsız etme davranışıdır.

Sonralık etkisi: Bir konuda son olarak edindiğimiz bilgilerin daha önce edindiğimiz bilgilere göre daha etkili olmasıdır.

Sosyal beğenilirlik etkisi: Bilimsel çalışmalarda kişilerin kendi düşüncelerini yansıtan cevapları değil toplum tarafından beğenilen, onaylanan cevapları vermesi durumudur.

Sosyal çıkmaz: Belli bir birey için en yararlı hareketin, insanların çoğu tarafından tercih edilmesi halinde, herkes için zararlı sonuçlar doğurmasıyla tanımlanan bir durumdur.

Sosyal etki: Kişilerin tutum ya da davranışlarının, bir başkasının ya da başkalarının varlığından etkilenmesidir.

Sosyal hızlandırma: Başkalarının varlığının basit, otomatik veya çok iyi öğrenilmiş işlerdeki performansı artırması, buna karşılık iyi öğrenilmemiş, zor işlerde performansı düşürmesidir.

Sosyal tabaka: Bir toplumda yaşama biçimi, maddi imkânları, öğrenim durumu bakımlarından birbirine benzeyen kişilerin oluşturduğu sınıflardır.

Sosyalleşme: Bireyin, içinde yaşadığı toplumun normlarını, değerlerini, kendisinden beklenen rolleri, tutumları ve davranış yapılarını, toplumsal etkileşim için gerekli becerileri, benlik ve kimlik duygusunu kazanma, içinde yaşadığı kültürü içselleştirme süreci.

Şemalar: Bir nesne ya da düşünce hakkında zihinde oluşturulan düzenli bilgiler bütünüdür.

"Temel" atfetme yanılgısı: Sosyal bir davranışın nedenlerini durumsal özelliklere değil, kişisel özelliklere dayanarak açıklama eğilimidir.

Temel Kişilik Özellikleri: Diğer kişilik özellikleriyle karşılaştırıldığında ağırlığı daha fazla olan, daha merkezi ve varlığı diğer kişilik özelliklerinin varlığı varsayımını da beraberinde getiren kişilik özellikleridir.

Temsile dayanan kestirme yöntem: Bir kişinin hangi gruba ait olduğuna, onun o kategorinin ortalama veya tipik bir üyesine ne kadar benzediğine, yani o grubu ne kadar iyi temsil ettiğine bakarak karar verme eğilimidir.

Toplama Modeli: Bir başkası hakkında edinilen bilgiler bir araya getirilip bir bütün oluşturulurken kişilik özelliklerinin birbirine eklenmesidir.

Tutum: Belirli bir sosyal nesne konusunda bireyde var olan bilişsel, duygusal, yargısal ve davranışsal bileşenlerden oluşan gizil eğilimler.

Tutum objesi: Kendisine karşı tutum geliştirilen uyaran ya da objedir.

Tutumlara dayanan zihinsel kestirme yöntemler: Bir karar verirken ya da bir çıkarımda bulunurken tutumlardan yararlanma eğilimidir.

Tutumun ulaşılabilirliği: Tutumların bellekten çağırılma ve bilinç düzeyine ulaşma hızıdır.

Uçlara kayma: Grupların sık sık ve belli bir tartışma sürecinden sonra, üyelerinin başlangıçtaki görüşlerinin ortalamasıyla tahmin edilemeyen daha aşırı tutumlar benimseme; üyelerinin birer birey olarak alacağından çok daha aşırı kararlar alma eğilimidir.

Ulaşılabilirliğe dayanan zihinsel kestirme yöntemler: Bir karar verirken ya da bir çıkarımda bulunurken en çabuk akla gelen, bellekte en hızlı ulaşılabilir olan bilgilerden yararlanma eğilimidir.

Uygulamalı bilim: Özellikle sosyal veya psikolojik bir problemi çözmeye yönelik bilim türüdür.

Uyku etkisi: İnandırıcılık düzeyi düşük bir kaynaktan gelen bir mesajın başlangıçta ikna etkisinin pek olmayabileceği, ama aradan belli bir zaman geçtikten sonra, mesajın hatırlanmasına rağmen kaynağın unutulması nedeniyle inandırıcılığının artabileceği görüşüdür.

Uyuşan çıkarsamalar kuramı: İnsanların, başkalarının davranışlarının, onların kişilik özellikleriyle uyuşup uyuşmadığını çıkarsama eğilimidir.

Yanlı Örnekleme: Yanlı bilgiden genel bilgiye yapılan genellemelerdir.

Yaygınlık yanılgısı: Bizimle herhangi bir konuda aynı düşüncede olan insanların oranının abartılmasıdır.

Yumuşak satış tekniği: Ürünün görsel özelliklerini ön planda tutan, ürünün kalitesiyle teknik özelliklerini önemsemeyen satış tekniğidir.

Zihinsel kestirme yöntemi: Çok az miktarda düşünme gerektiren, insanların kısa zamanda bir yargıya varmasını sağlayan basit ve yaklaşık kural veya kestirme stratejileridir.

Zorbalık: Daha üstün bir konumda ya da güçlü olanın etkin bir şekilde karşı koyamayan belli bir kurbana yönelik sürekli olarak gösterdiği saldırganca davranıştır.

Dünden Bugüne
İNSAN ve İNSANLAR
Sosyal Psikolojiye Giriş

Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar, otuz küsur yıllık "İnsan ve İnsanlar"ın güncelleştirilmiş revizyonudur ve sosyal psikolojiye bir giriş kitabıdır. Bu güncelleştirme ve revizyonu yaparken, temel bir ilke gözetilmiştir. Bu da yenilikleri yansıtırken, geçerli özü de koruyarak birikimli bir gelişmeyi ortaya koyma gereğidir. Sonuç olarak *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar* hem yepyeni bir kitaptır, hem de İnsan ve İnsanlar'ın kendisidir.

Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar'ın bir özelliği, her konunun kültürel bir çerçeve içinde de irdelenmesidir. Çünkü günümüzde kültürel ve kültürlerarası psikoloji gidere daha fazla önem kazanmaktadır. Türkiye'de kullanılan bir sosyal psikoloji kitabının bir çeviri olması, ya da salt Amerikan sosyal psikoloji kitabındaki bilgileri içermesi uygun değildir. Fakat kültürel ortamlarda elde edilen farklı bulgular konusunda en azından genel bir bilgilendirme gerekir. Böyle bir bilgilendirme, okuyucunun konuları bir kültür süzgecinden geçirmesine ve örneğin Türkiye'de aynı bulguların bulunup bulunmayacağını düşünmesine yardımcı olabilir.

Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı

Prof. Çiğdem Kağıtçıbaşı Koç Üniversitesi öğretim üyesidir. Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde (1969-1973) ve Boğaziçi Üniversitesi'nde (1973-1995) öğretim üyeliği yapmış; ABD'de Kaliforniya (Berkeley), Princeton, Columbia, Harvard, Duke Üniversitelerinde ders vermiş ve araştırma yapmıştır. Yurt içinde basılmış 19 kitap ve 51 makale / kitap bölümü; yurt dışında basılmış 13 kitap ve 160 makale / kitap bölümü vardır.

Kağıtçıbaşı birçok ulusal ve uluslararası bilim ödülünün de sahibidir. Bunlardan bazıları: 2011 TUBİTAK Bilim Ödülü, William Thierry Preyer İnsan Gelişimi Alanında Üstün Araştırma Ödülü (2006); Uluslararası Uygulamalı Psikoloji Kurulu?u "Psikoloji Biliminin Uluslararası Gelişimine Üstün Katkı Ödülü" (1998); Kültürlerarası Psikoloji Kuruluşu Onur Üyeliği (1998); Wellesley College Mezunlar Başarı Ödülü (1997); Mustafa Parlar Bilim Ödülü (1996); Hollanda İleri Araştırmalar Enstitüsü Ödülü (1993-94 ve 2005); Amerikan Psikoloji Kuruluşu "Uluslararası Psikolojinin Gelişmesine Seçkin Katkı Ödülü" (1993); Phi Beta - Kappa (1985...); Fulbright Ödülü (1983-84); ve Sedat Simavi Sosyal Bilimler Ödülü'dür. (1980).

Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar

Doç. Dr. Zeynep Cemalcılar Koç Üniversitesi Psikoloji Bölümünde öğretim üyesidir. Prof. Dr. Çiğdem Kağıtçıbaşı'ndan 1992 yılında aldığı "sosyal psikoloji" dersinden sonra sosyal psikoloji okumaya karar vermiş; yüksek lisans derecesini Boğaziçi Üniversitesi'nden, doktorasını ise University of Texas at Austin'den almıştır. Araştırma konuları sosyal psikolojinin eğitim alanına uygulamaları, kültür, teknolojinin insan davranışı ve ilişkilerine etkileri ve gönüllülük gibi konuları içerir.

EVRİM

EVRİM YAYINEVİ ve BİLGİSAYAR SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
Kadıköy İş Merkezi Neşet Ömer Sok. No: 1 / 74-78 34710 Kadıköy / İSTANBUL
Tel : (0216) 347 49 63 Fax : (0216) 347 76 12
e-mail:evrim@evrimkitap.com / e-mail:vkaraoz@hotmail.com
http://www.evrimkitap.com

ISBN: 978-975-503-226-9
9 789755 032269